



**FAKTOR PENYEBAB RENDAHNYA PEMANFAATAN POTENSI
EKONOMI KREATIF DI SEKTOR WISATA KULINER RENDANG
TELUR DIKAMPUNG RENDANG KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh:

PUTRI ANANTA
NIM. 2130406021

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1446 H /2025 M**



**FACTORS CAUSING THE LOW UTILIZATION OF CREATIVE
ECONOMY POTENTIAL IN THE RENDANG TELUR CULINARY
TOURISM SECTOR IN KAMPUNG RENDANG, PAYAKUMBUH CITY**

THESIS

*Written as a Requirement to Obtain the Bachelor's Degree (S-1)
Tourism Sharia Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

By:

PUTRI ANANTA
Student ID. 2130406021

**TOURISM SHARIA STUDY PROGRAM
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Ananta
NIM : 2130406021
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Pariwisata Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul "**Faktor Penyebab Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif di Sektor Wisata Kuliner Rendang Telur Kampung Rendang Kota Payakumbuh**" adalah karya sendiri bukan plagiat, apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, Februari 2025
Saya yang menyatakan,



PUTRI ANANTA
NIM. 2130406021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Putri Ananta, NIM: 2130406021 dengan Judul “**Faktor Penyebab Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif Wisata Kuliner Rendang Telur Dikampung Rendang Kota Payakumbuh**”. Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Program Studi
Pariwisata Syariah



Siska Febrianti, S.M.Pd.E
NIP. 201702012018

Batusangkar, Januari 2025
Pembimbing



Rahim Febria, S.Pd., SE., ME
NIP.198902222023212045

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus
Batusangkar






Dr. H. Rizal M.A., CRP
NIP. 19731007 200 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **Putri Ananta**, NIM: 2130406021, Judul: “ **Faktor Penyebab Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif Wisata Kuliner Rendang Telur di Kampung Rendang Kota Payakumbuh** ”, telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada Jumat, 31 Januari 2025 dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Strata Satu (S1) dalam Program Studi Pariwisata Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Febria Rahim, S.Pd., SE., ME NIP.198902222023212045	Ketua Sidang		11/2-2025
2.	Revi Candra, S.Pd., M.Ak NIP. 198702242018011001	Penguji I		4/2-2025
3.	Dr. Nil Firdaus., MA NIP. 198304222020121001	Penguji II		4/2-2025

Batusangkar, Februari 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud
Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Putri Ananta 2130406021 (2025) judul Skripsi : “ Faktor Penyebab Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif Disektor Wisata Kuliner Rendang Telur Dikampung Rendang Kota Payakumbuh “ Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Rendang telur merupakan salah satu variasi kuliner khas dari Kampung Rendang, Kota Payakumbuh, yang memiliki potensi besar untuk mendukung perkembangan sektor Ekonomi Kreatif dan pariwisata kuliner lokal. Namun, meskipun memiliki keunikan dan cita rasa khas, pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif dari rendang telur masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif di sektor wisata kuliner rendang telur di Kampung Rendang, Kota Payakumbuh.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam dengan pelaku usaha rendang telur, pemerintah daerah, wisatawan, serta masyarakat lokal, dan dokumentasi dari berbagai sumber. Analisis data dilakukan menggunakan metode Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif di sektor wisata kuliner rendang telur. Pertama, kurangnya promosi dan strategi pemasaran yang efektif membuat produk rendang telur kurang dikenal secara luas. Kedua, keterbatasan aksesibilitas dan infrastruktur menuju Kampung Rendang menjadi kendala bagi wisatawan untuk berkunjung. Ketiga, minimnya inovasi dalam pengembangan produk rendang telur menyebabkan daya tarik kuliner ini stagnan dibandingkan produk rendang lainnya. Selain itu, rendahnya dukungan dari pemangku kepentingan dan kurangnya kolaborasi antar pelaku usaha turut menghambat pertumbuhan sektor ini. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun beberapa pelaku usaha telah mencoba memperkenalkan inovasi seperti varian rasa dan kemasan yang menarik, upaya tersebut belum terkoordinasi dengan baik. Pemerintah daerah perlu memperkuat kebijakan promosi pariwisata kuliner yang lebih komprehensif dan berkelanjutan untuk mendukung potensi Ekonomi Kreatif di Kampung Rendang.

Kata Kunci: Rendang telur, Ekonomi Kreatif, Wisata kuliner

ABSTRACT

Putri Ananta 2130406021 (2025) Thesis title: “Factors Causing Low Utilization of Creative Economic Potential in the Rendang Culinary Tourism Sector Eggs in Rendang Village, Payakumbuh City”

الدراسة قطاع في الإبداعية الاقتصادية الإمكانات من الاستفادة قليلة تسبب عوامل
بداية اكوم بوه بدمية رندنج قرية في "تور رندنج" لطبق الطهو

Sharia Tourism Study Program Faculty of Economics and Islamic Business (UIN)
Mahmud Yunus Batusangkar.

Rendang egg is one of the typical culinary variations of Kampung Rendang, Payakumbuh City, which has great potential. Payakumbuh, which has great potential to support the development of the creative economy sector and local culinary tourism. creative economy and local culinary tourism. However, despite its uniqueness and distinctive taste, the utilization of the creative economic potential of Egg Rendang is still relatively low. This study aims to identify and analyze the factors causing the low utilization of in the culinary tourism sector of egg rendang in Kampung Rendang, Payakumbuh City.

This research uses a qualitative descriptive method with a case study approach. Techniques data collection techniques include observation, in-depth interviews with egg rendang business actors, local government, tourists, as well as local communities, and the local government, tourists, and local communities, and documentation from various sources. documentation from various sources. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman method which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results showed that there are several factors that cause the low utilization of creative economic potential in the egg rendang culinary tourism sector. First, the lack of effective promotions and marketing strategies makes egg rendang products less widely recognized. Second, limited accessibility and infrastructure to Kampung Rendang are obstacles for tourists to visit. Third, the lack of innovation in the development of egg rendang products causes the culinary appeal to stagnate compared to other rendang products. This study also found that although some businesses have tried to introduce innovations such as flavor variants and attractive packaging, these efforts have not been well coordinated. The local government needs to strengthen a more comprehensive and sustainable culinary tourism promotion policy to support the creative economic potential of Kampung Rendang.

Keywords: Egg rendang, Creative economy, Culinary tourism

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
PEERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian.....	6
F. Defenisi Istilah.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Ekonomi Kreatif	10
2. Wisata Kuliner	21
3. Rendang Telur.....	30
B. Kajian Penelitian Relevan	32
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
C. Subjek Penelitian	37
D. Instrument Penelitian.....	37
E. Sumber Data Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data	38

G. Teknik Analisis Data	40
H. Keabsahan Data	43
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
1. Sejarah Berdirinya Kampung Rendang	45
2. Sejarah Rendang telur Dikampung rendang	46
3. Rendang Telur.....	48
B. Temuan Penelitian	50
1. Faktor Penyebab Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif Wisata Kuliner Rendang Telur di Kampung Rendang.....	50
C. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	68
A. Simpulan.....	68
B. Implikasi	69
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produsen Rendang dikawasan Kampung Rendang Kota Payakumbuh .	4
Tabel 2. 1 Penelitian Relevan.....	33
Tabel 3. 1 Waktu penelitian	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Ruang Lingkup dan Fokus Pengembangan Subsektor Kuliner.....	28
Gambar 3. 1 Komponen Dalam Analisis Data.....	41
Gambar 4. 1 Jalan Yang berlubang	58
Gambar 4. 2 Tempat parkir yg tidak memadai	58
Gambar 4. 3 Tempat parkir yang tidak memadai.....	59
Gambar 4. 4 Tidak Tersedianya Tempat Bersantai.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran besar dalam perkembangan perekonomian negara, sektor pariwisata di Indonesia berperan besar terhadap jumlah kesediaan lapangan pekerjaan melalui UMKM. Sedangkan menurut Undang - Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata sebagai sebuah sektor telah mengambil peran penting dalam membangun perekonomian di Indonesia. Hal ini terwujud seiring dengan meningkatnya kesejahteraan ekonomi di daerah-daerah wisata yang ada di Indonesia yang semakin baik dan maju karena sektor pariwisatanya. Kemajuan dan kesejahteraan ekonomi yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian dari kebutuhan atau gaya hidup manusia. Dengan majunya sektor pariwisata di Indonesia tentu saja dapat dikembangkan lagi agar dapat lebih menguntungkan untuk di masa mendatang, salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata yaitu dengan Ekonomi Kreatif. (Ovitasari, 2019)

Ekonomi Kreatif muncul pertama kali pada tahun 2001 dan diperkenalkan oleh John Howkins. Pada tahun 1998 yang saat itu Howkins menyadari akan adanya suatu perubahan bentuk industri ekonomi yang didasarkan kepada kreativitas masyarakat. Ekonomi ialah ide baru sistem ekonomi yang memposisikan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi paling utama. Ide ialah suatu barang mahal di dalam Ekonomi Kreatif tersebut, karena ide-ide yang kreatif yang akan mendorong terbentuk atau terciptanya inovasi-inovasi yang kemudian menjadi suatu solusi terbaru dan juga produk yang baru, karena ini adalah jawaban selama ini atas masalah

kecilnya kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan juga kebutuhan pasar dan Ekonomi Kreatif telah menjadi salah satu sektor yang potensial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Di Indonesia, sektor ini memiliki berbagai subsektor yang terus berkembang, salah satunya adalah wisata kuliner. Kuliner khas daerah merupakan daya tarik utama dalam mengembangkan wisata berbasis budaya, karena mampu memperkenalkan identitas lokal sekaligus mendukung perekonomian masyarakat. (Kaswan, 2017)

Dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Kreatif adalah mengedepankan sumber daya manusia ide, gagasan, dan pengetahuan yg dipakai sebagai faktor utama dalam produksi. Disini ide merupakan barang mahal karena ide-ide yang kreatif inilah yang akan mendorong terciptanya inovasi-inovasi yang kemudian menjadi solusi baru dan produk baru, dan dengan adanya pemasaran maka industri Ekonomi Kreatif ini akan banyak diketahui oleh wisatawan atau orang melalui sosial media. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah mengenai meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, antara lain melalui pengembangan ekonomi kreatif dan peningkatan kapasitas inovasi dan teknologi (Perpres No.2 Tahun 2015 - RPJMN 2015-2019). Salah satunya ialah Ekonomi Kreatif dibidang kuliner yaitu di daerah Sumatera Barat Kota Payakumbuh.

Payakumbuh, yang dikenal sebagai Kota Rendang, memiliki potensi besar dalam sektor Ekonomi Kreatif, khususnya di bidang kuliner. Rendang telah diakui sebagai salah satu makanan terenak di dunia dan menjadi simbol kekayaan budaya Minangkabau. Namun, inovasi dalam strategi untuk mengurangi resiko produk rendang seperti rendang telur masih kurang mendapat perhatian dan pemanfaatan secara optimal.

Rendang telur memiliki keunikan tersendiri, baik dari segi rasa maupun proses pembuatannya. Produk ini berpeluang besar untuk menjadi daya tarik wisata kuliner yang mendukung sektor pariwisata di Kampung Rendang, Kota Payakumbuh. Namun, kenyataannya, potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif dari produk ini masih tergolong rendah.

Dari data diatas Terdapat Beberapa faktor yang dapat menyebabkan rendahnya potensi tersebut antara lain: kurangnya promosi yang efektif, minimnya infrastruktur dan fasilitas, keterbatasan akses pasar, serta rendahnya pemahaman masyarakat lokal mengenai strategi pengelolaan Ekonomi Kreatif. Selain itu, dukungan pemerintah dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam mengembangkan wisata kuliner di kawasan ini juga masih terbatas khususnya dalam bidang wisata kuliner.

Potensi wisata kuliner di Payakumbuh dianggap sangat potensial untuk dikembangkan dan dapat menjadi daya tarik wisata di u jusuatu destinasi tidak hanya sebagai sarana pelengkap pariwisata sebagaimana sebelumnya. Hal tersebut karena banyak wisatawan masa kini yang menganggap menikmati makanan khas daerah yang mereka kunjungi adalah suatu hal yang penting dan merupakan bagian dari pengalaman berwisata. (Fauzi, A. 2020)

Hal ini seharusnya menjadi kesempatan bagi daerah daerah seperti Payakumbuh untuk mengembangkan Ekonomi Kreatif melalui wisata kuliner. Namun, meskipun terdapat potensi besar dalam bidang wisata kuliner rendang, rendahnya kontribusi sektor ini terhadap ekonomi lokal masih menjadi masalah. Beberapa faktor penyebab yang diduga menghambat pengembangan Ekonomi Kreatif dikampung rendang antara lain adalah kurangnya promosi pemasaran, terbatasnya aksesibilitas dan infrastruktur, serta kurangnya inovasi dalam produk yang ditawarkan.

Kota Payakumbuh merupakan satu dari kab/kota di Sumatera Barat yang mempunyai banyak produsen rendang. Di Kota Payakumbuh juga terdapat salah satu daerah yang bernama kampung rendang.

Berikut beberapa produsen rendang rumahan seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. 1
Produsen Rendang dikawasan Kampung Rendang
Kota Payakumbuh

No	Nama IKM Rendang	Kelurahan
1.	Dapur Rendang Riry	Kel. Sungai Durian
2.	Dapur Rendang Mak Yus	Kel. Sungai Durian
3.	Dapur Rendang Erika	Kel. Sungai Durian
4.	Dapur Rendang Usmai	Kel. Sungai Durian
5.	Dapur Rendang Yolanda	Kel. Sungai Durian
6.	Dapur Rendang Yen	Kel. Sungai Durian
7.	Dapur Rendang Neng Keke	Kel. Sungai Durian
8.	Dapur Rendang Ghifari	Kel. Sungai Durian

Sumber: Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Payakumbuh 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa produsen rendang yang tersebar di kampung rendang Kota Payakumbuh yang dapat dijadikan sebagai salah satu elemen pendukung dan penggerak wisata Kota Payakumbuh. Sejak tahun 2018 Kota Payakumbuh melakukan rebranding kota dengan mengubah slogan dari Payakumbuh kota gelamai menjadi Kota Payakumbuh “*the city of rendang*”, dengan adanya *rebranding* Kota Payakumbuh ini menambah *positioning* Kota Payakumbuh yang selama ini mengandalkan batiah dan gelamai. Dengan memakai slogan *the city of randang* secara tidak langsung Kota Payakumbuh telah menyatakan bahwa pengembangan kepariwisataan menitikberatkan pada industri kuliner terutama industri rendang. Pada saat ini produsen baru fokus pada produksi rendang sebagai oleh – oleh untuk wisatawan yang berkunjung ke Kota Payakumbuh. Namun, meskipun terdapat potensi besar dalam bidang wisata kuliner rendang, rendahnya kontribusi sektor ini terhadap ekonomi lokal masih menjadi masalah. faktor yang dapat menyebabkan rendahnya potensi tersebut antara lain: kurangnya promosi yang efektif, minimnya infrastruktur dan fasilitas, keterbatasan akses pasar, serta rendahnya pemahaman masyarakat lokal mengenai strategi pengelolaan Ekonomi Kreatif. Selain itu,

dukungan pemerintah dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam mengembangkan wisata kuliner di kawasan ini juga masih terbatas.

Maka pada penelitian ini akan dilakukan penelitian untuk mengetahui **“Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif Disektor Wisata Kuliner Rendang Telur Dikampung Rendang Kota Payakumbuh”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai hambatan yang ada serta memberikan rekomendasi untuk memperbaiki dan mengoptimalkan potensi wisata kuliner rendang didaerah tersebut. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang dapat membantu mengembangkan sektor wisata kuliner sebagai pilar utama Ekonomi Kreatif yang dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal di Payakumbuh.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Penelitian ini akan difokuskan pada “Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh.”

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang penelitian diatas maka masalah yang dapat diteliti, apa saja faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasikan dan menganalisis faktor faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh.

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemahaman para pembaca mengenai faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh.
- 2) Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi kajian serta rujukkan akademis serta menambah wawasan, khususnya bagi penulis dan juga masyarakat umum yang membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang menyebabkab rendahnya Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur Kota Payakumbuh.

b. Secara Praktis

- 1) Penelitian ini bisa dijadikan acuan oleh pengelola sebuah industri rendang telur dikampung rendang untuk memberikan arahan kepada masyarakat sekitar untuk mengembangkan inovasi, kreatifitas yang dimilikinya.
- 2) Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan untuk faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh.

2. Luaran Penelitian

Penelitian mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat diterbitkan di jurnal untuk menambah wawasan bagi mahasiswa UIN Mahmud Yunus Batusangkar, dan bisa dipakai sebagai panduan mahasiswa di perpustakaan.

F. Defenisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah dimaksud penelitian.

1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan kegiatan ekonomi berbasis Ekonomi Kreatif yang mengutamakan peran kekayaan intelektual. (Suryana, 2013) Sedangkan menurut menteri pariwisata, Ekonomi Kreatif adalah penciptaan nilai berbasis ide yang dihasilkan dari kreativitas sumber daya manusia berdasarkan pemanfaatan pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Berdasarkan uraian diatas disimpulkan oleh penulis bahwa Ekonomi Kreatif merupakan kegiatan ekonomi didasari oleh kreativitas individu dengan memanfaatkan pengetahuan serta teknologi. Sebenarnya usaha-usaha secara kreatif sudah ada sejak dahulu, akan tetapi belum disebut sebagai bagian dari Ekonomi Kreatif. Misalnya, bergerak terus-menerus untuk mencari sumber makanan segar, bertani, berkebun, berdagang, dan menukar produk dengan barang.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekonomi Kreatif

Berbagai faktor mempengaruhi perkembangan Ekonomi Kreatif, diantaranya: (Suryana, 2013)

- a. Pemasaran dan promosi adalah efektivitas strategi pemasaran yang digunakan dalam memperkenalkan kuliner lokal.
- b. Infrastruktur dan aksesibilitas adalah ketersediaan fasilitas transportasi yang memudahkan wisatawan untuk mengunjungi lokasi.
- c. Inovasi produk adalah perkembangan varian atau inovasi produk kuliner yang menarik bagi konsumen.
- d. Sumber daya manusia (SDM) adalah individu-individu yang berkontribusi dalam proses penciptaan, produksi, dan distribusi produk atau layanan yang dimiliki nilai tambah berbasis kreativitas, ide, dan inovasi.

3. Wisata Kuliner

Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat dengan tujuan reaksi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Wisata kuliner merupakan salah satu sektor potensial dalam pengembangan pariwisata, untuk menarik perhatian para wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan dengan tujuan untuk menikmati berbagai jenis makanan khas tempat yang ditujui. Kata wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu *culinary travel* yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan makanan atau masakan. Kota Payakumbuh merupakan salah satu tempat wisata di Indonesia yang sudah terkenal sebagai pusatnya kuliner, selain dikenal dengan rendangnya, Payakumbuh juga memiliki Tempat wisata yang pengunjung bisa datangkan seperti lembah harau, gua ngalau seribu, bukti batu manda, dan lain sebagainya. (Besra, E. 2015)

4. Rendang Telur

Menurut peraturan kepala Badan POM nomor 21 tahun 2016 tentang kategori pangan, rendang termasuk daging olahan berbumbu. Daging olahan berbumbu adalah berbagai jenis olahan dengan bahan utama berupa daging berbentuk utuh atau potongan yang dimasak hingga matang, dengan maupun tanpa penambahan bahan pangan dan bumbu-bumbu lainnya, dengan maupun tanpa kuah/saus. Contohnya adalah rendang daging, gulai ayam, gepuk daging sapi, sate ayam, sate kambing, ayam bumbu sukabumi, ayam bumbu gudeg, ayam bakakak, ayam goreng rica-rica, sambal goreng hati, ayam betutu, pepes ayam, daging sie reuboh, ayam bolognes, daging sapi saus lada hitam, daging ayam saus barbekyu dan lain lain.

Rendang merupakan makanan khas Minangkabau. Rendang yang banyak dikenal adalah rendang daging. Rendang daging terkenal sangat lezat, bahkan dinobatkan menjadi makanan terenak di dunia. Selain rendang daging, di Sumatera Barat terutama di Payakumbuh, terdapat

makanan khas lainnya yaitu rendang telur. Jika daging dibuat rendang, maka bentuk dagingnya akan tetap terlihat seperti daging. Tapi jika telur yang direndang maka produknya tidak lagi berbentuk telur, tetapi menjadi seperti keripik telur. Jadi rendang telur yang dimaksud disini bukan berbentuk telur yang bulat utuh, tetapi berbentuk keripik kering yang disertai bumbu-bumbu rendang kering. (Novera, 2019)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Ekonomi Kreatif

a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan kegiatan ekonomi berbasis Ekonomi Kreatif yang mengutamakan peran kekayaan intelektual. (Suryana, 2013) Sedangkan menurut Menteri pariwisata, Ekonomi Kreatif adalah penciptaan nilai berbasis ide yang dihasilkan dari kreativitas sumber daya manusia berdasarkan pemanfaatan pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.

Ekonomi Kreatif ataupun Industri Kreatif (*Knowledge Based Economy*) yaitu pendekatan, tren, konsep, dan kegiatan ekonomi yang berasal dari kreativitas, inovasi, bakat, ide dan gagasan serta mengandalkan sumber daya manusia sebagai faktor produksi untuk dapat melaksanakan ekonomi. Ekonomi Kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi di era ekonomi baru saja yang dapat mengintensifkan suatu informasi dan kreativitas dengan mengedepankan sebuah ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai salah satu faktor produksi yang paling penting. (Reniaty, 2013)

Berdasarkan uraian diatas disimpulkan oleh penulis bahwa Ekonomi Kreatif merupakan kegiatan ekonomi didasari oleh kreativitas individu dengan memanfaatkan pengetahuan serta teknologi. Dan dapat menjadikan suatu informasi dan kreativitas dengan mengedepankan sebuah ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai salah satu faktor produksi yang paling penting. Sebenarnya usaha-usaha secara kreatif sudah ada sejak dahulu, akan tetapi belum disebut sebagai bagian dari Ekonomi Kreatif. Misalnya, bergerak terus-menerus untuk mencari sumber makanan segar, bertani, berkebun, berdagang, dan menukar produk dengan barang.

Ekonomi Kreatif tidak hanya mencakup barang dan jasa saat ini tetapi juga industri kerajinan dan seni budaya dan juga produk kreatif tidak hanya berkembang pada usaha kecil dan kerajinan saja, melainkan juga pada usaha diberbagai bidang dan jenis industri, baik kecil, menengah, dan besar. Makanan, pakaian, jasa, elektronik, bangunan, arsitektur, obat-obatan, dan produk pertanian adalah contoh kegiatan Ekonomi Kreatif.

b. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Menurut Ghazali, ciri-ciri Ekonomi Kreatif yaitu (Sri Hardianti, 2022:12);

1) Adanya Kreasi Intelektual

Suatu kreativitas serta keahlian dalam Ekonomi Kreatif sangat dibutuhkan dan ini salah satu ciri utama dari Ekonomi Kreatif.

2) Mudah Diganti

Dalam Ekonomi Kreatif, produksi atau inovasi harus terus maju sejalan dengan pertumbuhan kegiatan ekonomi untuk mempertahankan karakter dan daya tarik pasarnya yang berbeda dan menghindari mudah digantikan oleh produk-produk pesaing.

3) Distribusi Secara Langsung Dan Tidak Langsung

Distribusi secara langsung atau tidak langsung yaitu suatu kebijakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

4) Membutuhkan Kolaboratif

Agar dapat bertahan dan tidak merasa sendirian dalam menghadapi persaingan ekonomi, kolaborasi menjadi hal yang krusial dalam sektor Ekonomi Kreatif. Seperti, seorang pengusaha yang kebijakannya diatur oleh pemerintah.

5) Membutuhkan Ide Dan Kreatif

Ide adalah komponen utama yang harus disiapkan dalam Ekonomi Kreatif karena mereka mendorong pertumbuhan sektor ini dan terkait erat dengan orisinalitas dan kreativitas.

6) Tidak Punya Batasan

Tidak ada batasan saat merancang suatu produk, sehingga inovasi dan kreativitas selalu terjadi dan tidak memiliki dasar yang jelas.

c. Jenis Ekonomi Kreatif

Menurut departemen perdagangan Republik Indonesia, jenis-jenis Ekonomi Kreatif yaitu: (Mari Elka Pengestu, 2015)

1) Periklanan (*Advertising*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan sasaran tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya dimulai dari riset pasar, setelah itu dibuat perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan relasi kepada publik. Selain itu, tampilan periklanan dapat berupa iklan media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media.

2) Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman kota, perencanaan biaya konstruksi, pelestarian bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrika.

3) Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan

internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film. Seperti halnya barang-barang berbau vintage maupun barang-barang peninggalan orang-orang terkenal.

4) Kerajinan (*Craft*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin. Biasanya berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, batu mulia, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

5) Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Pembuatan desain apartement, desain rumah susun misalnya.

6) Fesyen (*Fashion*)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, dan juga bisa terkait dengan distribusi produk fesyen

7) Video, Film Dan Fotografi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi atau festival film.

8) Permainan Interaktif (*Game*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer ataupun android serta ios maupun video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi; Musik kegiatan kreatif yang berupa kegiatan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

9) Seni Pertunjukkan (*Showbiz*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

10) Penerbitan Dan Percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

11) Layanan Komputer Dan Piranti Lunak (*Software*) Atau Teknologi Informasi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak,

desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

12) Televisi & Radio (*Broadcasting*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten.

13) Riset Dan Pengembangan (*Research and Development*)

Kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

14) Kuliner

Kegiatan kreatif dengan usaha inovatif yang menawarkan produk-produk kuliner yang menarik, mulai dari penyajian, cara pembuatan, sampai dengan komposisi makanan atau minuman yang disajikan. Seperti anak dari Presiden Indonesia, Joko Widodo yaitu Gibran yang membuat bisnis catering dengan mengkombinasikan sektor inovasi dan kreasi kedalam makanan dan minuman.

d. Indikator Ekonomi Kreatif

Indikator Ekonomi Kreatif pada industri kreatif menurut Deni Dwi Hartomo dan Malik Cahyadin (2011) adalah sebagai berikut:

1) Produksi

Teori Produksi adalah teori yang menggambarkan hubungan antara jumlah *input* dan *output* (yang berupa barang atau jasa) yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode. Menurut Adiwarmanto, dalam teori konvensional disebutkan bahwa teori produksi ditunjukkan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku

perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (*input*) untuk produksi dan menjual keluaran (*output*) atau produk. Adiwarman menyebutkan dalam teori produksi juga memberikan penjelasan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Serta keunikan produk dan kualitas produk serta inovasi dan varian produk.

2) Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonomi mendeskripsikan pasar sebagai kumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu. Selanjutnya pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya, dan peningkatan citra destinasi kuliner,serta kerjasama dengan media dan influencer.

3) Manajemen dan Keuangan

Handoko merumuskan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisaasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

4) Kemitraan Usaha

Kemitraan menurut Undang - Undang nomor 9 tahun 1995 kemitraan dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, saling menguntungkan, dalam hal ini merupakan suatu landasan sebagai pengembangan usaha.

5) Lingkungan

Lingkungan perusahaan bukan hanya sebagai organisasi bisnis, melainkan juga berfungsi sebagai organisasi sosial. Perusahaan yang hanya berorientasi bisnis (mencari laba-profit) akan menghadapi tantangan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan didirikan dengan harapan untuk dapat bertumbuh secara berkelanjutan (*sustainable growth*). Agar terus bertumbuh, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk hidup. Kemampuan ini dapat dilihat dari kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuan perusahaan untuk mengendalikan dampak lingkungan menggunakan tenaga kerja dan lingkungan disekitar lokasi pabrik, aktif melakukan 15 kegiatan sosial, memberikan perhatian pada peningkatan kepuasan konsumen, dan memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor (*potter*). Tanggung jawab perusahaan terhadap pelaku yang berkepentingan dalam lingkungan sekitar dalam menjaga kebersihan dan kelestarian alam sekitar, dan sustainabilitas lingkungan.

6) Kondisi Ekonomi

Pembangunan ekonomi daerah pada masa yang akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian daerah sebelum terjadinya krisis. Wujud perekonomian yang akan datang hendaknya dibangun lebih adil dan merata, mencerminkan peningkatan peran daerah dan pemberdayaan seluruh rakyat, berdaya saing dengan basis efisiensi,

serta menjamin keberlanjutan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan hidup, dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat melalui Ekonomi Kreatif di setiap daerahnya. dan pendapatan lokal, jumlah wisatawan yang berkunjung penyerapan tenaga kerja serta omset penjualan produk.

e. Manfaat Ekonomi Kreatif

Adapun manfaat Ekonomi Kreatif sebagai berikut (Sri Hardiyanti, 2022):

1) Membuka Lapangan Pekerjaan Baru

Keberadaan Ekonomi Kreatif dapat menciptakan lapangan kerja karena mendorong kewirausahaan dan penemuan, yang mengarah pada produksi lebih banyak barang baru dan akibatnya kebutuhan tenaga kerja dalam proses produksi.

2) Mendorong Masyarakat Jadi Lebih Kreatif

Orang-orang menjadi lebih kreatif seiring perubahan zaman, yang membuat mereka merasa dituntut untuk melakukannya. Oleh karena itu, memiliki ide akan membantu membentuk masyarakat menjadi individu yang lebih kreatif.

3) Meningkatkan Inovasi diberbagai Bidang

Masyarakat akan lebih mudah memenuhi kebutuhannya dan secara tidak langsung akan meningkatkan pemerataan ekonomi di sejumlah bidang yang sudah ada berkat adanya ide atau konsep yang dimiliki dan meningkatkan inovasi diberbagai bidang.

4) Meciptakan Kompetisi Bisnis Yang Sehat

Pengenalan ide-ide baru dan inovasi dapat menyebabkan persaingan perusahaan yang lebih sehat karena orang akan saling mendukung dan menggunakan ide atau gagasan mereka.

5) Mengurangi Angka Pengangguran

Tentu saja, seiring dengan pertumbuhan sektor industri Ekonomi Kreatif, maka membutuhkan sumber daya manusia untuk menurunkan pengangguran.

f. Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif disektor Kuliner

Aspek yang terkait dengan pengembangan dan pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif disektor kuliner: (Hendri. H, 2022)

1) Inovasi Produk Kuliner

Inovasi produk kuliner ini dapat menjadi kreativitas dalam menciptakan varian baru makanan atau minuman yang unik dan menarik dan dapat menjadi daya tarik tersendiri dipasar. Misalnya menggabungkan bahan bahan tradisional dengan teknik memasak modern atau menciptakan produk baru dan unik sehingga menarik konsumen yang mencari pengalaman baru dalam mencicipi makanan.

2) Branding Dan Pengemasan Kreatif

Dalam sektor kuliner, branding dan desain kemasan yang menarik sangat penting. Dengan konsep kemasan yang kreatif dan estetik, produk kuliner dapat lebih mudah dikenali dan meningkatkan daya tarik visual, kemasan yang ramah lingkungan juga bias menjadi nilai tambah yang menarik bagi konsumen.

3) Kuliner Berbasis Digital

Teknologi digital membuka peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk memperluas jangkauan pasar. Aplikasi pengantar makanan, dan media sosial seperti Instagram atau TikTok memungkinkan pelaku kuliner untuk mempromosikan produk mereka secara langsung kepada konsumen. Konten visual seperti foto dan video dapat memperkenalkan inovasi kuliner dan menciptakan trend baru dipasar.

4) Pengembangan Pariwisata Kuliner

Sektor kuliner juga memiliki hubungan erat dengan pariwisata, makanan khas daerah atau tradisional dapat menjadi daya tarik wisatawan, baik domestik maupun internasional. Restoran dan warung makan dengan konsep unik juga dapat menarik perhatian wisatawan untuk menikmati pengalaman kuliner yang berbeda.

5) *Sustainability* Dan Kuliner Ramah Lingkungan

Tren kuliner yang berkelanjutan dan ramah lingkungan semakin populer. Penggunaan bahan-bahan organik, pengurangan sampah plastik, dan memanfaatkan bahan lokal yang berkelanjutan dapat menarik konsumen yang berkelanjutan lingkungan. Konsep kuliner seperti “*zero waste*” atau restoran dengan menu berbasis tanaman semakin diminati, yang juga memberi dampak positif terhadap perekonomian.

6) Pengembangan Kuliner Berbasis Kearifan Lokal

Potensi kuliner tradisional yang dimiliki oleh setiap daerah dapat dimanfaatkan untuk menciptakan produk unggulan yang unik. Makanan khas yang dikemas dengan cara modern, seperti melalui produk olahan atau kemasan yang menarik, bisa menjadi ikon baru bagi daerah tersebut. Selain itu, pelatihan kepada pengrajin kuliner lokal mengenai cara mempromosikan dan menjual produk mereka secara lebih profesional juga akan membuka peluang pasar yang lebih luas.

g. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekonomi Kreatif

Berbagai faktor mempengaruhi perkembangan Ekonomi Kreatif, diantaranya: (Suryana, 2013)

- 1) Pemasaran dan promosi adalah efektivitas strategi pemasaran yang digunakan dalam memperkenalkan kuliner lokal, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperkenalkan produk atau jasa kreatif kepada konsumen, seperti melalui platform digital yaitu media sosial untuk memudahkan pelaku Ekonomi Kreatif menjangkau pasar yang lebih luas.
- 2) Infrastruktur dan aksesibilitas adalah ketersediaan fasilitas transportasi yang memudahkan wisatawan untuk mengunjungi lokasi. dan infrastruktur yang memadai seperti ruang kerja yang kreatif, pusat industri yang kreatif, dan akses internet yang cepat

untuk mendukung pengembangan Ekonomi Kreatif, dan infrastruktur digital seperti platform pembayaran.

- 3) Inovasi produk adalah proses menciptakan, mengembangkan, atau memperbarui suatu produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pasar. Inovasi ini dapat mencakup perbaikan fungsi, desain, fitur, kualitas, teknologi, hingga cara produk digunakan. perkembangan varian atau inovasi produk kuliner yang menarik bagi konsumen.
- 4) Sumber Daya Manusia (SDM) adalah individu-individu yang berkontribusi dalam proses penciptaan, produksi, dan distribusi produk atau layanan yang dimiliki nilai tambah berbasis kreativitas, ide, dan inovasi. Sumber daya manusia ini merupakan asset utama dalam sektor Ekonomi Kreatif, karena industri ini sangat bergantung pada kreativitas dan keahlian unik yang dimiliki manusia.

2. Wisata Kuliner

Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat dengan tujuan reaksi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Wisata kuliner merupakan salah satu sektor potensial dalam pengembangan pariwisata, untuk menarik perhatian para wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan dengan tujuan untuk menikmati berbagai jenis makanan khas tempat yang ditujui. Kata wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu *culinary travel* yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan makanan atau masakan. Kota Payakumbuh merupakan salah satu tempat wisata di Indonesia yang sudah terkenal sebagai pusatnya kuliner, selain dikenal dengan rendangnya, Payakumbuh juga memiliki tempat wisata yang pengunjung bisa datangkan seperti lembah harau, gua ngalau seribu, bukti batu manda, dan lain sebagainya.

Kuliner berkaitan erat dengan proses dalam menyiapkan makanan atau memasak yang merupakan kegiatan dasar manusia dalam memenuhi

kebutuhan hidupnya. Beberapa antropolog memercayai bahwa kegiatan memasak sudah ada sejak 250 ribu tahun lalu pada saat tungku pertama kali ditemukan. Sejak itu, teknik memasak terus mengalami perkembangan dan setiap daerah di penjuru dunia memiliki teknik memasak dan variasi makanan tersendiri. Hal ini menjadikan makanan sebagai suatu hal yang memiliki fungsi sebagai produk budaya. Dari pemahaman tersebut, kuliner dijadikan sebuah komoditas industri kreatif berbasis budaya. Hal ini yang mendorong terciptanya subsektor kuliner menjadi salah satu dari lima belas subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kesepakatan definisi dari subsektor kuliner yang sesuai dengan konsep Ekonomi Kreatif. Hal ini juga didorong oleh masih barunya istilah kuliner di Indonesia sehingga maknanya masih belum memiliki acuan yang jelas. Selain itu, diperlukan juga ruang lingkup dari subsektor kuliner di Indonesia yang dijadikan fokus dalam pengembangan Ekonomi Kreatif. (Besra, E. 2015)

Wisata kuliner menurut Besra dibagi menjadi dua, yang pertama wisata kuliner oleh-oleh makanan yaitu wisatawan menjadikan makanan sebagai buah tangan dan sebagai tanda bahwa mereka pernah mengunjungi suatu daerah wisata, yang kedua adalah wisata kuliner yang disajikan di rumah makan atau restoran yaitu makanan khas yang dijual oleh penduduk asli suatu daerah wisata. Menurut Besra terdapat beberapa kendala dalam mengembangkan wisata kuliner yaitu secara internal keterbatasan sumber informasi tentang kuliner khas meliputi nama dan deskripsi (cita rasa, dan gambar) makanan serta petunjuk lokasi dimana wisatawan bisa mendapatkan makanan khas yang dimaksud. Secara eksternal kendalanya adalah adanya persaingan dengan kuliner dari daerah lain yang bukan merupakan khas daerah wisata yang dikunjungi wisatawan. (Besra, E. 2015)

a. Definisi dan Ruang Lingkup Kuliner

Menurut Salam Achiel (2022) Kuliner berkaitan erat dengan proses dalam menyiapkan makanan atau memasak yang merupakan

kegiatan dasar manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Beberapa antropolog memercayai bahwa kegiatan memasak sudah ada sejak 250 ribu tahun lalu pada saat tungku pertama kali ditemukan. Sejak itu, teknik memasak terus mengalami perkembangan dan setiap daerah di penjuru dunia memiliki teknik memasak dan variasi makanan tersendiri. Hal ini menjadikan makanan sebagai suatu hal yang memiliki fungsi sebagai produk budaya. Berangkat dari pemahaman tersebut, kuliner dijadikan sebuah komoditas industri kreatif berbasis budaya. Hal ini yang mendorong terciptanya subsektor kuliner menjadi salah satu dari lima belas subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kesepakatan definisi dari subsektor kuliner yang sesuai dengan konsep Ekonomi Kreatif. Hal ini juga didorong oleh masih barunya istilah kuliner di Indonesia sehingga maknanya masih belum memiliki acuan yang jelas. Selain itu, diperlukan juga ruang lingkup dari subsektor kuliner di Indonesia yang dijadikan fokus dalam pengembangan Ekonomi Kreatif.

b. Definisi Kuliner

Istilah kuliner di Indonesia dapat dikatakan baru terdengar gaungnya sejak tahun 2005 berkat “Wisata Kuliner”, sebuah tayangan televisi yang meliput tempat-tempat makan unik atau sudah memiliki reputasi yang baik. Sejak saat itu, kata kuliner menjadi semakin populer dan menjadi sesuatu yang identik dengan mencicipi berbagai jenis makanan dan minuman. Di Indonesia belum ada sumber resmi yang menyatakan definisi dari kuliner, baik secara umum maupun dalam konteks Ekonomi Kreatif. Secara bahasa, kuliner diserap dari bahasa Inggris: *culinary*—memiliki arti sebagai sesuatu yang digunakan dalam memasak atau berkaitan dengan memasak. Dalam praktiknya dikenal istilah *culinary arts*, yaitu teknik dalam menyiapkan makanan sehingga siap dihidangkan. Bila ditinjau dari sisi Ekonomi Kreatif, belum banyak kajian yang memasukkan kuliner ke dalam sektor ini karena pada dasarnya makanan merupakan kebutuhan dasar manusia yang sudah ada

sejak lama. Produk kuliner pada umumnya masih masuk ke dalam sektor industri makanan dan mi-numan ataupun industri penyediaannya, tanpa adanya penekanan bahwa produk kuliner merupakan produk kreatif.

Definisi *culinary arts* yang digunakan di Washington DC adalah: “*The subset of the food preparation industry that includes all cooking-related activities in which aesthetics and creative content are critical elements. The segment includes only locally-owned food establishments, full-service restaurants, gourmet food shops, and caterers*”.³ Atau dalam bahasa Indonesia: “Bagian dari industri penyedia makanan yang kegiatannya meliputi semua hal yang terkait dengan aktivitas memasak yang mana estetika dan kreativitas merupakan elemen yang sangat penting. Segmen industri ini meliputi restoran lokal, restoran *full-service*, toko makanan, dan jasa boga.”

Sedangkan definisi *culinary arts* yang digunakan di Mississippi adalah: “*Subset of the food preparation industry in which aesthetics and creative content are what attracts customers and generates higher prices*”.⁴ Atau dalam bahasa Indonesia: “Bagian dari industri penyedia makanan yang mana Kuliner yang menggunakan kreativitas dapat menghasilkan olahan makanan yang memiliki cita rasa lezat dan juga memberikan pengalaman tersendiri saat menyantapnya, sehingga menjadikan kuliner sebagai komoditas yang menarik untuk dikembangkan. Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesimpulan definisi dari subsektor kuliner pada Ekonomi Kreatif Indonesia, yaitu: “Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makan-an, dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Dari definisi di atas terdapat beberapa kata kunci, yaitu kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal yang dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kreativitas. Kreativitas yang dimaksud adalah aspek ide baru yang dapat memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman. Sehingga Kreativitas ini dapat tertuang dan ditawarkan ke para konsumen.
- 2) Estetika. Estetika yang dimaksud adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman yang ditata dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya. Contohnya adalah menyajikan masakan tradisional khas suatu daerah menjadi lebih modern.
- 3) Tradisi. Tradisi yang dimaksud adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi makanan dan minuman. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun lisan, karena tanpa adanya proses ini, suatu tradisi dapat punah. Unsur tradisi ini sangat penting dalam menjaga warisan budaya kuliner Indonesia.
- 4) Kearifan Lokal. Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah. Secara konseptual, kearifan lokal dan keunggulan lokal merupakan kebijak-sanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai, etika, cara-cara, dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Berkaitan dengan kuliner, kearifan lokal akan membentuk karakter kuliner suatu daerah yang harus mampu diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat luas.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dunia kuliner tidak lepas dari nilai tradisi dan kearifan lokal suatu daerah karena makanan, terutama di Indonesia, merupakan salah satu warisan budaya. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, diperlukan sebuah kreativitas sehingga tercipta produk kuliner yang menarik dan berkualitas.

c. Ruang Lingkup Pengembangan Kuliner

Ruang lingkup kuliner pada Ekonomi Kreatif merupakan bagian dari industri pertanian dan industri makanan, secara lebih rinci ruang lingkup ini dibagi kedalam empat kategori, yaitu : (Salam Achiel, 2022)

- 1) Jasa penyedia makanan / restoran / jasa boga
- 2) Toko roti
- 3) Toko olahan gula
- 4) Toko produk olahan special

Adanya penajaman konteks kuliner pada industri kreatif dikarenakan oleh adanya usaha kuliner non-kreatif dalam jumlah besar dalam subsektor kuliner dimana akarnya adalah industri pertanian serta industri makanan dan minuman. Klasifikasi tersebut menjadikan usaha restoran cepat saji, restoran dengan menu tetap, dan usaha kuliner standar lainnya tidak masuk dalam subsektor kuliner pada industri kreatif di negara bagian tersebut. Pada umumnya industri kuliner didefinisikan lebih ke arah pelayanan makanan dan minuman (*food service*). Hal ini karena pada area tersebut lebih dibutuhkan kemampuan dan keahlian kuliner seperti memasak berbagai menu makanan yang dilakukan di dapur dan kemudian menyajikannya di sebuah piring dengan penataan yang menggugah selera. Seiring perkembangan dunia kuliner, beberapa klasifikasi mulai memasukkan produk makanan hasil olahan atau kemasan ke dalam ruang lingkup kuliner, yaitu untuk kategori.

Specialty foods. Berdasarkan *The Specialty Food Association*, *Specialty Foods* didefinisikan sebagai: “*Foods, beverages or*

confections meant for human use that are of the highest grade, style and/or quality in their category. Their specialty nature derives from a combination of some or all of the following qualities: their uniqueness, exotic origin, particular processing, design, limited supply, unusual application or use, extraordinary packaging or channel of distribution/sale, the common denominator of which is their unusually high quality". Atau dalam bahasa Indonesia: "Makanan, minuman, maupun permen/olahan gula untuk konsumsi manusia yang memiliki kelas, model, dan kualitas tinggi pada kelompoknya. Spesialisasi produk yang pada akhirnya menyebabkan produk-produk ini memiliki kualitas yang tinggi muncul dari kombinasi beberapa atau seluruh hal berikut: keunikannya, keeksotisan asal mulanya, kekhasan proses pembuatannya, desainnya, keterbatasan jumlahnya, ketidakumuman penggunaannya, ketidakbiasaan cara pengemasannya, maupun ketidakbiasaan cara distribusinya.

Produk makanan khusus ini semakin berkembang saat ini, dengan jumlah produksi yang pada umumnya tidak terlalu besar, produk ini memiliki keunikan tersendiri yang membutuhkan kreativitas dalam penciptaannya. Beberapa produk yang termasuk dalam kategori ini adalah produk makanan yang menggunakan bahan organik atau bahan baku khas dari suatu daerah yang kemudian dikemas secara menarik. Nilai budaya dan konten lokal suatu daerah juga menjadi salah satu sumber keunikan produk jenis ini, seperti oleh-oleh makanan khas suatu daerah.

Dari pemahaman di atas, maka ruang lingkup subsektor kuliner di Indonesia dibagi ke dalam dua kategori utama, ditinjau dari hasil akhir yang ditawarkan, yaitu jasa kuliner dan barang kuliner. Jasa kuliner (*food service*) yang dimaksud adalah jasa penyediaan makanan dan minuman di luar rumah. Ditinjau dari aspek persiapan dan penyajiannya, hal ini dapat dibagi ke dalam dua kategori umum, yaitu restoran dan jasa boga. Restoran adalah tempat penyedia makanan dan

minuman di mana konsumen datang berkunjung, sedangkan jasa boga adalah penyedia makanan dan minuman yang mendatangi lokasi konsumen.

Barang kuliner yang dimaksud dalam ruang lingkup sub-sektor kuliner adalah produk pengolahan makanan dan minuman yang pada umumnya berupa produk dalam kemasan—*specialty foods*. Produk ini berbeda dengan barang olahan makanan dan minuman reguler. *Specialty foods* memiliki keunikan dibandingkan dengan barang reguler. Nilai budaya dan konten lokal suatu daerah dapat menjadi salah satu sumber keunikan barang kuliner jenis ini, seperti oleh-oleh makanan khas suatu daerah.

Gambar 2. 1
Ruang Lingkup dan Fokus Pengembangan Subsektor Kuliner



Beberapa produk yang termasuk dalam kategori ini adalah produk makanan yang menggunakan bahan organik atau bahan baku khas dari suatu daerah yang kemudian dikemas secara menarik. Nilai budaya dan konten lokal suatu daerah juga menjadi salah satu sumber keunikan produk jenis ini, seperti oleh-oleh makanan khas suatu daerah. Dari pemahaman di atas, maka ruang lingkup subsektor kuliner di Indonesia dibagi ke dalam dua kategori utama, ditinjau dari hasil akhir yang ditawarkan, yaitu jasa kuliner dan barang kuliner. Jasa kuliner (*food service*) yang dimaksud adalah jasa penyediaan makanan dan minuman di luar rumah. Ditinjau dari aspek persiapan dan

penyajianya, hal ini dapat dibagi ke dalam dua kategori umum, yaitu restoran dan jasa boga. Restoran adalah tempat penyedia makanan dan minuman di mana konsumen datang berkunjung, sedangkan jasa boga adalah penyedia makanan dan minuman yang mendatangi lokasi konsumen.

Barang kuliner yang dimaksud dalam ruang lingkup subsektor kuliner adalah produk pengolahan makanan dan minuman yang pada umumnya berupa produk dalam kemasan—*specialty foods*. Produk ini berbeda dengan barang olahan makanan dan minuman reguler. *Specialty foods* memiliki keunikan dibandingkan dengan barang reguler. Nilai budaya dan konten lokal suatu daerah dapat menjadi salah satu sumber keunikan barang kuliner jenis ini, seperti oleholeh makanan khas suatu daerah.

d. Pasar kuliner

Pasar adalah pihak yang menyerap produk kuliner yang dihasilkan. Konsumen yang terdapat di pasar dapat dikategorikan sebagai dua kelompok besar, yaitu:

1) Konsumen Umum

Konsumen umum adalah kategori konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk kuliner sebagai kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan dasar. Pada umumnya, konsumen kategori ini melakukan konsumsi secara rutin.

2) Konsumen Khusus

Konsumen khusus adalah kategori konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk kuliner dengan tujuan lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar. Alasan yang biasanya melatarbelakangi konsumen kategori ini dalam membeli suatu produk kuliner adalah mencari pengalaman, wawasan, atau tuntutan pekerjaan. Wisatawan atau turis adalah salah satu contohnya. Mereka pada umumnya akan memenuhi berbagai usaha kuliner yang menjadi ikon suatu daerah.

Dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, tipe konsumen yang perlu ditingkatkan adalah konsumen khusus karena penyerapan kreasi kuliner akan lebih mudah dilakukan. Suatu usaha kuliner akan lebih berkelanjutan dan menjadi ikon suatu daerah apabila mampu menarik konsumen tipe ini. Oleh karena itu, diperlukan juga proses edukasi pasar sehingga konsumen akan lebih mampu menghargai suatu kreasi kuliner, khususnya kuliner tradisional Indonesia, sehingga harga jualnya dapat meningkat.

3. Rendang Telur

Rendang merupakan kuliner khas masyarakat Minangkabau yang sering disajikan dalam upacara atau menghormati tamu. Rendang adalah makanan yang begitu terkenal di Indonesia bahkan dunia yang telah dideklarasikan sebagai salah satu dari 50 makanan terlezat di dunia dengan nomor 1 di voting berdasarkan versi CNN (Fatimah, 2021). Rendang tidak hanya suatu kuliner yang lezat tetapi memiliki makna sebagai identitas budaya Minangkabau yang telah mendunia. Masakan rendang mengandung bumbu yang khas terdiri dari rempah-rempah dan bahan alami dalam pengolahan rendang (Darmayanti, 2017). Salah satu kota di Sumatera Barat yang terkenal dengan masakan rendangnya adalah Kota Payakumbuh. Masyarakat pada umumnya hanya mengetahui rendang dengan bahan utamanya daging. Namun, sebenarnya rendang mempunyai banyak variasi dan sesuai dengan tipe wilayah dan sumber daya alam tempat tinggal masyarakat tersebut yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Variasi tersebut seperti adanya rendang lokan, rendang jamur, rendang ayam, rendang suir ayam, rendang suir daging, rendang telur, rendang paru dan lainnya (Novera, 2019).

Salah satu variasi masakan rendang yaitu rendang telur merupakan kuliner khas dari daerah Payakumbuh. Variasi rendang dengan membuat rendang telur merupakan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan ketersediaan bahan utamanya yaitu telur.

Telur merupakan salah satu sumber protein hewani yang mudah didapatkan, murah harganya dan disukai oleh masyarakat. Selama penyimpanan, kualitas interior telur ayam berkurang setiap harinya dan lama kelamaan telur akan menjadi rusak. Telur dapat dimanfaatkan sebagai lauk, bahan pencampur makanan, tepung telur, obat, dan lain sebagainya. Telur terdiri dari protein 13% lemak 12% serta vitamin, dan mineral. Nilai gizi tertinggi telur terdapat pada bagian kuningnya. Kuning telur mengandung asam amino esensial yang dibutuhkan serta mineral seperti besi, fosfor, sedikit kalsium, dan vitamin B kompleks (Novera, 2019).

Rendang telur merupakan salah satu bentuk diversifikasi olahan pangan asal telur. Lazimnya rendang telur dibuat dari telur itik dan telur ayam ras. Bahan penyusun utama rendang telur terdiri atas telur, tepung, bumbu dan rempah-rempah. Rendang telur dibuat dalam bentuk keripik telur yang dicampur dengan bumbu rendang kering. Rendang telur mengandung lemak nabati relatif tinggi yaitu sebesar 16,2%. Pada makanan yang mengandung lemak relatif tinggi seperti rendang telur, kerusakan yang mungkin terjadi adalah oksidasi lemak sehingga makanan menjadi tengik (Sandra Et Al, 2010). Pembuatan rendang telur memerlukan bumbu berupa rempah-rempah. Bumbu rempah-rempah tersebut yaitu cabai merah, bawang putih, bawang merah, kunyit, serai, jahe, daun salam, daun kunyit, lengkuas, merica, kemiri dan buah biji pala, semua rempah-rempah tersebut berfungsi untuk meningkatkan cita rasa dan dapat meningkatkan daya simpan dari rendang telur tersebut (Nurwanto, 2012).

Adanya rendang telur sebagai kuliner khas masyarakat memicu masyarakat setempat untuk lebih kreatif dalam memproduksi rendang telur sebagai identitas budaya. Kuliner rendang telur yang ada di Payakumbuh menjadi kearifan lokal tersendiri untuk terus dikembangkan dan perlu dijaga kualitas dari rendang telur tersebut. Dengan rasanya yang enak dan gurih dapat juga dinikmati sebagai makanan sehari-hari

dan cemilan. Harga yang diperjual belikan untuk rendang telur pun terbilang murah dan tahan lama.

Rendang telur ini awalnya didirikan pada tahun 1998 dan pendirinya bernama Ernawati, beliau dianggap sebagai penemu ide olahan rendang telur karena beliau yang menemukan rendang telur dan dipasarkan sebelum dikembangkan oleh IKM lainnya. Rendang telur buatan Ernawati merupakan rendang telur yang kering dan hasilnya berbentuk kerupuk yang diselimuti dengan bumbu rendang yang kering berbeda dengan rendang telur biasanya yaitu telur yang dimasukkan ke bumbu rendang yang masih basah. Rendang telur sebagai kuliner masyarakat Payakumbuh membawa kemajuan dan peluang bisnis, sehingga banyak dari pelaku usaha kemudian menjadikan rendang telur ini menjadi usaha yang mereka tekuni (Putri, 2018). Sejak tahun 1998 rendang telur menjadi inovasi baru dalam aneka rendang yang dibuat oleh masyarakat Payakumbuh (Novera, 2019). Selanjutnya pada tahun 1998 tersebut rendang telur mulai dijadikan sebagai produksi usaha sekaligus untuk disebarakan secara luas agar dapat diwarisi oleh generasi muda sebagai identitas budaya lokal. Dalam perkembangannya, pada tahun 2007 telah terdapat beberapa usaha rendang yang memfokuskan usahanya dalam membuat rendang telur. Rendang telur yang menjadi ikon dari rendang yang ada di Payakumbuh semakin diminati oleh masyarakat luas. Rendang yang menjadi ciri khas kuliner Payakumbuh menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Payakumbuh.

B. Kajian Penelitian Relevan

Setelah penelitian melakukan peninjauan kepustakaan atas dasar kajian terdahulu penelitian menemukan pembahasan yang hampir sama dengan judul penelitian sebagai berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Relevan

NO	Nama,tahun,judul penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Maryetti, 2023 dengan judul : Rendang sebagai ikon kuliner local diPayakumbuh	Hasil Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui status ikon kuliner rendang yang diusahakan oleh masyarakat Kota Payakumbuh serta mengetahui apa saja yang harus dilakukan atau diusahakan oleh masyarakat Kota Payakumbuh untuk mempopulerkan status kuliner di Kota Payakumbuh dan di luarnya.	<p>Persamaannya:</p> <p>Dalam Penelitian Ini sama sama membahas tentang kuliner rendang yg ada di Kota Payakumbuh dan sama sama ingin mengetahui apa saja yang harus dilakukan atau diusahakan oelh masyarakat Kota Payakumbuh.</p> <p>Perbedaannya:</p> <p>Perbedaan Dalam Penelitian Ini Adalah Pada jenis peneltiannya jurnalnim, menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan saya menggunakan penelitian kualitatif.</p>
2	Tajuddin, Nur Mayasari,2019 yang berjudul : “Upaya pengembangan Ekonomi Kreatif sektor wisata kuliner dikampung singkong “	Hasil penelitian ini ialah pertama menyajikan gambaran umum tentang UMKM berbasis Ekonomi Kreatif sektor wisata kuliner dikampung singkong Saat ini masih belum memungkinkan untuk memberikan	<p>Persamaannya:</p> <p>Dalam Penelitian Ini Sama-Sama Membahas faktor faktor penyebab rendahnya Ekonomi Kreatif wisata kuliner dan penelitian ini sama sama menggunakan metode kualitatif.</p> <p>Perbedaannya:</p>

		<p>predikat untuk kota salatiga karena memiliki keterbatasan dan kesulitan dalam pengembangan usaha. Kedua, strategi pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif di Kota salatiga akan dilaksanakan oleh pelaku UMKM Ekonomi Kreatif yaitu perlunya sinergi antar pelaku UMKM.</p>	<p>Perbedaan Dalam Penelitian Ini Ialah Penelitian Lebih Berdominan ke pengabdian masyarakat karan permasalahannya masyarakat yg kurang dalam berwirausaha sedangkan penelitian saya lebih bercodong ke faktor faktor rendahnya ekonomi kreaatif wisata kuliner rendang telur.</p>
3	<p>Novit Ardy,2020 yang berjudul : “Strategi Pengembangan Atraksi Pengelolaan Rendang (Marandang) Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Dikampung Rendang Kota Payakumbuh.”</p>	<p>Hasil Penelitian Ini ialah untuk pengembangan atraksi pengelolaan rendang marandang sebagai daya Tarik gastronomi dikampung rendang dan strategi yang disarankan untuk pengembangan atraksi pengolahan rendang dengan menjalin kerjasama dengan para pelaku wisata.</p>	<p>Persamaannya: Dalam Penelitian ini Sama Sama Menggunakan metode pengumpulan datanya sama sama menggunakan metode observasi, wawancara,dokumentasi dan sama sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya: Perbedaan Dalam Penelitian Ini Ialah strateginya pengembangannya sebagai daya Tarik gastronomi.</p>

4	Novita, Wellia. (2020). “Faktor Penyebab Rendahnya Potensi Ekonomi Kreatif Wisata Kuliner di Kota Malang.”	Hasil penelitian ini dapat menghasilkan tentang faktor faktor apa saja yg dapat dianalisis tentang penyebab wisata kuliner di kota malang yang menyebabkan kan rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif.	Persamaannya: Sama sama meneliti faktor penyebab rendahnya potensi pemanfaatan ekonomi kmreatif wisata kuliner Perbedaannay: Penelitian ini dilakukan di kota malang sedangkan penelitian penulis dilakukan diKota Payakumbuh yg berfokus ke rendang telur.
5	Novita sari (2018) Dengan judul Pengembangan Ekonomi Kreatif bidang kuliner khas daerah jambi	Hasil penelitian ini adalah data yang dibutuhkan daklam penelitian ini yang terkumpul,baik data sekunder maupun data primer dan data primer diperoleh setelah melalukukan survei lapangan dan FGD	Persamaannya: Penelitian ini sama sama mengincar atau sasarannya untuk mendapatkan data.dan sama sama membahas di bidang kuliner. Perbedaannya: Perbedaannya tempat yang diteliti .

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menggunakan metode atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atau permasalahan yang timbul. (Sugiyono, 2017)

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara rinci mengenai faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif wisata kuliner dikampung rendang Kota Payakumbuh.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikampung rendang yang beralamatkan pada jalan tan malaka lampasi, Kota Payakumbuh. Peneliti melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh ini. dan waktu penelitian dilaksanakan dibulan maret 2024 dan waktu penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3. 1
Waktu penelitian**

Kegiatan	Bulan (2024)											
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Survey awal												
Pengajuan judul proposal												

Bimbingan proposal skripsi													
Seminar proposal													
Revisi pasca seminar													
Penelitian													
Penyusunan skripsi													
Bimbingan Skripsi													
Munaqasah													

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2018). Subjek penelitian pada peneliti ini adalah pemilik toko rendang telur, bagian pemasaran, wisatawan/ konsumen, pemerintah daerah Payakumbuh seperti dinas pariwisata dan UMKM Kota Payakumbuh, serta masyarakat setempat yang terlibat dalam produksi rendang telur dikampung rendang.

D. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif juga alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan informasi. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument penelitian atau alat penelitian merupakan peneliti itu sendiri, dalam melakukan penelitian, peneliti dibantu dengan kisi-kisi wawancara atau pedoman wawancara, buku untuk mencatat hasil wawancara, rekaman suara hasil wawancara, kamera untuk mengambil gambar-gambar yang dibutuhkan dan alat perekam seperti handphone.

E. Sumber Data Penelitian

Arikunto (2006:224) menyatakan bahwa sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang dilakukan langsung melalui observasi lapangan dari sumber pertamanya (asli), baik dari individu ataupun perorangan seperti hasil dari wawancara yang dilakukan oleh penulis. Dalam data primer ini penulis menjadikan masyarakat yg berdagang dirumah rendang sebagai informasi kunci, karena masyarakat yg berdagang diwisata tersebut lebih mengetahui bagaimana Ekonomi Kreatif diwisata kuliner dikampung rendang dan lebih mengetahui minat dan kreatif masyarakat lainnya, sedangkan untuk informan utamanya penulis menjadikan wisatawan yang berkunjung, karena wisatawan tau apa potensi dan daya tarik yang diminati dari rendang telur dikampung rendang tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber informasi pembantu sumber data yang diperoleh melalui situs, buku-buku, dokumen-dokumen yang merupakan salinan penelitian dan laporan. Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang penulis dalam mengungkapkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi yang terkait yaitu Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Payakumbuh, Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Payakumbuh serta studi pustaka dan sumber lainnya yang bertujuan unruk mengetahui pendapat mengenai keberadaan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur dikampung rendang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti meliputi:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan. Dengan melakukan observasi peneliti dapat mengamati objek penelitian dengan lebih cermat dan detail, misalnya peneliti dapat mengamati kegiatan objek yang diteliti. Pengamatan itu selanjutnya dapat dituangkan ke dalam bahasa verbal.

Teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, perilaku, tempat atau lokasi, dan benda serta rekaman gambar. Observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blanko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi (Arikunto, 2006).

2. Wawancara

Sugiyono (2007:211), mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tersebut. Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal hal yang lebih mendalam tentang informan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan secara observasi. Dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan pertanyaan tertulis untuk diajukan, dan mencatat apa apa yang dikemukakan oleh informan. Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang faktor penyebab rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh. Melalui pihak yang terkait yaitu, pengelola rendang telur, wisatawan serta masyarakat lokal, teknik wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi tentang faktor penyebab rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur yang sudah diterapkan, tentang yang dihadapi, serta potensi pengembangan

kedepannya. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview atau wawancara yang tidak terstruktur yaitu *interview* (penelitian) dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan mencatat atau mengambil data yang sudah ada dalam dokumen atau arsip. Validitas data yang diperoleh dari dokumentasi tergantung dari kredibilitas sumber data, dalam hal ini dokumen atau arsip dari mana data dokumen diambil. Hal penting dalam menggunakan teknik dokumentasi adalah kejelasan variabel beserta indikator-indikatornya sehingga peneliti dapat memilih dengan tepat data yang ada didalam dokumen (Djaali,2020)

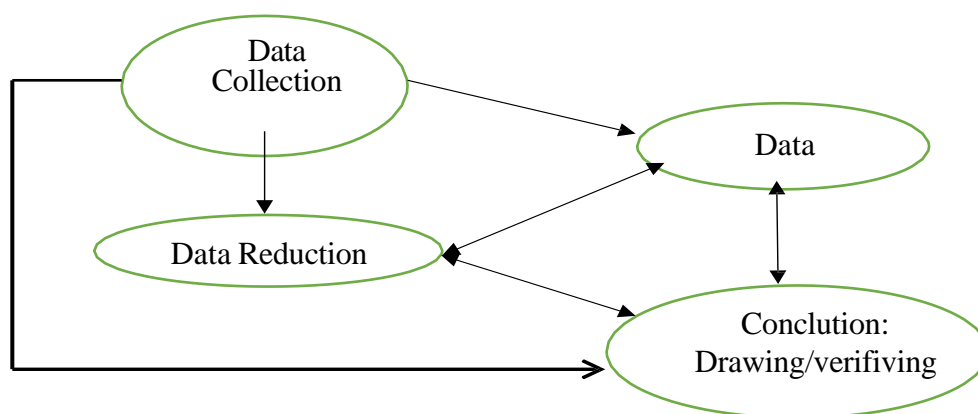
Dalam penelitian ini, dokumen yg dibutuhkan berupa dokumen yang berkaitan dengan data dan laporan terkait pengembangan wisata kuliner, laporan tahunan, data statistic pengunjung, serta dokumentasi promosi wisata.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan analisa, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh peneliti maupun orang yang membaca

Data tersebut dianalisa dengan cara berfikir deduktif, karena bertolak dari yang umum dan diinterpretasikan untuk disusun sebagai suatu yang khusus. Penyusunan data teori ini tentunya dimulai dari data yang diperoleh dari masalah yang peneliti angkat serta membuat kesimpulan dari penelitian yang peneliti lakukan. Cara tersebut dapat dipergunakan untuk mengetahui analisis strategi pengembangan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur dikampung rendang dan di lihat dari nilai yang terkandung didalamnya.

Pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Pada proses analisis data kualitatif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman), yang biasanya diproses sebelum digunakan, tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun dalam teks yang diperluas. Analisis dalam pandangan ini meliputi tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (B. Milles Dan Huberman, 1984). dalam Sugiyono (2007), menyatakan bahwa latihan pemeriksaan informasi subjektif dilakukan secara cerdas dan berlangsung terus-menerus hingga mencapai puncaknya, sehingga informasi tersebut terbenam. Latihan pemeriksaan informasi, khususnya penurunan informasi, menampilkan informasi, dan mencapai penetapan/konfirmasi Para ilmuwan memanfaatkan model cerdas untuk melakukan pemeriksaan informasi. Model ini terdiri dari penurunan informasi, tampilan informasi dan gambar akhir/konfirmasi. Gambar terlampir menunjukkan jalannya strategi penyelidikan informasi.



Gambar 3. 1

Komponen Dalam Analisis Data (Sugiyono, 2007)

Teknik analisis data pada penelitian ini penulis menggunakan tiga prosedur data :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi Data adalah proses penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang dianggap kurang perlu dan tidak relevan, maupun penambahan data yang dirasa masih kurang. Data yang diperoleh di lapangan mungkin jumlahnya sangat banyak. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang akan direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2007:247).

2. Penyajian Data/*Display*

Dengan mendisplay atau menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi selama penelitian berlangsung. Setelah itu perlu adanya perencanaan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami. Dalam penyajian data selain menggunakan teks secara naratif, juga dapat berupa bahasa nonverbal seperti bagan, grafik, denah, matriks, dan tabel. Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan yang diperlukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam teknik analisis data adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan apabila kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan ada perubahan-perubahan bila tidak dibarengi dengan bukti-bukti pendukung yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel atau dapat dipercaya (Sugiyono, 2007).

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang didapat kemungkinan dapat menjawab fokus penelitian yang sudah dirancang sejak awal penelitian. Ada kalanya kesimpulan yang diperoleh tidak dapat digunakan

untuk menjawab permasalahan. Hal ini sesuai dengan jenis penelitian kualitatif itu sendiri bahwa masalah yang timbul dalam penelitian kualitatif sifatnya masih sementara dan dapat berkembang setelah peneliti terjun ke lapangan. Harapan dalam penelitian kualitatif adalah menemukan teori baru. Temuan itu dapat berupa gambaran suatu objek yang dianggap belum jelas, setelah ada penelitian gambaran yang belum jelas itu bisa dijelaskan dengan teori-teori yang telah ditemukan. Selanjutnya teori yang didapatkan diharapkan bisa menjadi pijakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

H. Keabsahan Data

Terdapat berbagai teknik validasi data yang penelitian kualitatif salah satunya adalah triangulasi. Adapun jenis dari teknik triangulasi antara lain: (Moleong, 2011)

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber berarti membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Jadi pada triangulasi sumber ini peneliti dalam pengecekan kebenaran data/keabsahan data dengan mencocokkan beberapa sumber atau informan lain. Jika data dari sumber lain itu sama, maka peneliti akan melakukan konfirmasi kembali kepada informan pertama untuk memastikan kevalidan data tersebut.

2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berhubungan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Untuk mendapatkan data yang sah melalui observasi peneliti mengadakan pengamatan diwisata kuliner rendang telur kampung rendang Kota Payakumbuh dan tidak hanya satu kali pengamatan saja tapi berkali kali pengamatan sehingga mendapatkan data yg sah.

3. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data atau megececek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama, pelaksanaan juga dapat dilakukan dengan cara cek dan ricek. Peneliti membandingkan hasil wawancara yang telah diperoleh dari informasi yaitu mengenai strategi pengembangan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh.

Berdasarkan kutipan diatas maka dalam penelitian ini, peneliti akan menerapkan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data yang peneliti peroleh.ada tiga teknik keabsahan data triangulasi yang akan peneliti gunakan, yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu dan triangulasi metode.

BAB VI

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Kampung Rendang

Kota Payakumbuh dikenal dengan Kota Rendang “*City Randang*” yang telah diresmikan pada tanggal 17 Desember 2018. Payakumbuh kota rendang lahir dari keinginan bersama baik dari pemerintah Kota Payakumbuh maupun masyarakat Payakumbuh sendiri. Payakumbuh termasuk salah satu dari 22 kabupaten/kota di Indonesia yang mendapat program revitalisasi sentra IKM Kementerian Perindustrian. Hal ini mendorong Pemerintah Kota Payakumbuh untuk menjadikan Payakumbuh sebagai Kota Rendang mengingat potensi daerahnya yang cocok dan memungkinkan, karena sebelumnya sudah ada konsep Kampung Rendang Payakumbuh sebagai sentra UMKM rendang di Jalan Tan Malaka Kecamatan Lampasi Tigo Nagari. Konsep ini sebangun dengan sentra UMKM lainnya yang dikembangkan oleh Kemenperin

Salah satu usaha rendang di Payakumbuh adalah Usaha Rendang Yolanda. Usaha ini merupakan perintis karena sudah dimulai sejak tahun 1998. Pada tahun ini Usaha Rendang Yolanda baru memproduksi satu jenis rendang saja yaitu rendang telur karena dibatasi modal bahkan belum mempunyai toko karena awalnya usaha ini merupakan usaha rumahan (*home industry*). Dengan adanya peraturan pemerintah tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil, industri rendang yang ada di Lampasi Tigo Nagari menjadi salah satu usaha yang berpotensi untuk dibina. Pembinaan ini untuk mewujudkan usaha kecil yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Usaha pemerintah untuk meningkatkan pengembangan usaha kecil ini tidak terlepas dari krisis ekonomi yang dialami Indonesia pada tahun 1998 sehingga pemerintah menjadikan usaha kecil dan menengah (UMKM) sebagai penyangga ekonomi rakyat kecil apalagi UMKM mampu

memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat di sektor bawah.

Sampai pada tahun 2012, berdirilah beberapa industri rendang di daerah Lampasi yang keseluruhannya berjumlah 12 usaha rendang yang berdiri dari tahun 1998-2012. Diantaranya Rendang Yolanda dan 11 usaha rendang lainnya seperti rendang Erika, Rendang Usmai, Rendang Indah, Rendang Yen, Rendang Neng Keke, Rendang Baim, Rendang Rian, Rendang Evi, Rendang Rosnini, Rendang Unina dan Dapoer Rendang Riry. Pada tahun 2015 Kecamatan Lampasi Tigo Nagari diresmikan menjadi Kampung Rendang Payakumbuh sebagai sentra rendang di Provinsi Sumatera Barat.

Pada Desember 2018 Payakumbuh diresmikan menjadi City of Randang (Kota Rendang) yang diproklamirkan oleh Pemerintahan Kota Payakumbuh pada acara Hari Ulang Tahun Kota Payakumbuh. Alasan diresmikan Payakumbuh sebagai Kota Rendang karena di Payakumbuh sudah terdapat 37 Unit Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang memproduksi rendang hingga 1000 kg per hari dan banyak tersentralisasi di Lampasi Tigo Nagari yang disebut sebagai Kampung Rendang karena 40,2 persennya berada di daerah ini. Hal itu tidak terlepas dari berbagai usaha yang dilakukan oleh pengusaha rendang dan dukungan dari pemerintah Kota Payakumbuh.

2. Sejarah Rendang telur Di kampung rendang

Salah satu usaha rendang di Payakumbuh adalah Usaha Rendang Yolanda. Usaha ini merupakan perintis karena sudah dimulai sejak tahun 1998. Pada tahun ini Usaha Rendang Yolanda baru memproduksi satu jenis rendang saja yaitu rendang telur karena dibatasi modal bahkan belum mempunyai toko karena awalnya usaha ini merupakan usaha rumahan (*home industry*). Dengan adanya peraturan pemerintah tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil, industri rendang yang ada di Lampasi Tigo Nagari menjadi salah satu usaha.

Usaha Rendang Yolanda cukup menonjol dalam produksi rendang karena dirintis dan dikembangkan oleh wanita tangguh yakni Ernawati. Dia dianggap sebagai penemu ide olahan rendang telur karena dialah yang menemukan rendang telur pertama kali dan dipasarkan sebelum dikembangkan oleh IKM lainnya. Ternyata rendang telur ini merupakan sebuah produk yang dipengaruhi oleh krisis ekonomi pada tahun 1998 karena Ernawati yang merupakan pemilik usaha rendang Yolanda awalnya memiliki peternakan ayam bertelur tetapi penjualan telur merosot mengakibatkan telur menumpuk, maka muncul ide untuk membuat rendang telur dengan kreasi membuat rendang telur yang gurih seperti kerupuk.

Rendang Telur yang diproduksi Ernawati ini rendang telur kering yang hasil jadinya berbentuk kerupuk yang diselimuti dengan bumbu rendang kering, berbeda dengan rendang telur yang biasa dipahami masyarakat yaitu telur yang dimasukkan kedalam bumbu rendang yang masih basah dan hasilnya masih berbentuk telur. Resep rendang telur kering ini sebenarnya didapatkan Ernawati dari ibunya. Tetapi rendang telur yang dibuat ibunya masih mempunyai kelemahan karena tekstur rendang yang tidak gurih seperti keripik sehingga Ernawati berusaha untuk mencari beberapa metode pembuatan rendang telur tersebut supaya gurih. Setelah beberapa kali mencoba beliau berhasil dan hasilnya bisa dijumpai sampai saat ini.

Setelah berhasil membuat rendang telur kering yang rasanya gurih, Ernawati kesulitan dalam pemasaran karena belum banyak masyarakat yang mengenal rendang dari olahan yang berbahan dasar telur bahkan tidak sedikit juga yang mengatakan tidak suka. Tetapi Ernawati tetap kukuh untuk memasarkan produknya baik ke pasar-pasar terdekat seperti pasar Payakumbuh maupun menerima pesanan dari pelanggan. Semangatnya membuahkan hasil karena pemerintah mempunyai program untuk membina dan mengembangkan industri kecil yang bertaraf industri rumahan.

Setelah rendang telur berhasil dikenalkan dan disukai oleh berbagai kalangan. Banyak tetangga yang meminta resep rendang telur ini kepada Ernawati sehingga yang diajarkan bisa membuka usaha yang sama yang juga bergerak di bidang kuliner rendang pada tahun-tahun selanjutnya di Lampasi Tigo Nagari. Jarak antara Rendang Yolanda dan usaha rendang lainnya mempunyai jarak yang dekat sehingga menumbuhkan semacam sentra rendang di Kecamatan Lampasi Tigo Nagari.

Sampai pada tahun 2012, berdirilah beberapa industri rendang di daerah Lampasi yang keseluruhannya berjumlah 12 usaha rendang yang berdiri dari tahun 1998-2012. Diantaranya Rendang Yolanda dan 11 usaha rendang lainnya seperti rendang Erika, Rendang Usmai, Rendang Indah, Rendang Yen, Rendang Neng Keke, Rendang Baim, Rendang Rian, Rendang Evi, Rendang Rosnini, Rendang Unina dan Dapoer Rendang Riry. Pada tahun 2015 Kecamatan Lampasi Tigo Nagari diresmikan menjadi Kampung Rendang Payakumbuh sebagai sentra rendang di Provinsi Sumatera Barat.

3. Rendang Telur

Rendang merupakan kuliner khas masyarakat Minangkabau yang sering disajikan dalam upacara atau menghormati tamu. Rendang adalah makanan yang begitu terkenal di Indonesia bahkan dunia yang telah dideklarasikan sebagai salah satu dari 50 makanan terlezat di dunia dengan nomor 1 di voting berdasarkan versi CNN. Rendang tidak hanya suatu kuliner yang lezat tetapi memiliki makna sebagai identitas budaya Minangkabau yang telah mendunia. Masakan rendang mengandung bumbu yang khas terdiri dari rempah-rempah dan bahan alami dalam pengolahan rendang.

Salah satu kota di Sumatera Barat yang terkenal dengan masakan rendangnya adalah Kota Payakumbuh. Masyarakat pada umumnya hanya mengetahui rendang dengan bahan utamanya daging. Namun, sebenarnya rendang mempunyai banyak variasi dan sesuai dengan tipe wilayah dan sumber daya alam tempat tinggal masyarakat tersebut yang ada di

provinsi Sumatera Barat. Variasi tersebut seperti adanya rendang lokan, rendang jamur, rendang ayam, rendang suir ayam, rendang suir daging, rendang telur, rendang paru dan lainnya.

Salah satu variasi masakan rendang yaitu rendang telur merupakan kuliner khas dari daerah Payakumbuh. Variasi rendang dengan membuat rendang telur merupakan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan ketersediaan bahan utamanya yaitu telur.

Telur merupakan salah satu sumber protein hewani yang mudah didapatkan, murah harganya dan disukai oleh masyarakat. Selama penyimpanan, kualitas interior telur ayam berkurang setiap harinya dan lama kelamaan telur akan menjadi rusak. Telur dapat dimanfaatkan sebagai lauk, bahan pencampur makanan, tepung telur, obat, dan lain sebagainya. Telur terdiri dari protein 13% lemak 12% serta vitamin, dan mineral. Nilai gizi tertinggi telur terdapat pada bagian kuningnya. Kuning telur mengandung asam amino esensial yang dibutuhkan serta mineral seperti besi, fosfor, sedikit kalsium, dan vitamin B kompleks .

Rendang telur merupakan salah satu bentuk diversifikasi olahan pangan asal telur. Lazimnya rendang telur dibuat dari telur itik dan telur ayam ras. Bahan penyusun utama rendang telur terdiri atas telur, tepung, bumbu dan rempah-rempah. Rendang telur dibuat dalam bentuk keripik telur yang dicampur dengan bumbu rendang kering. Rendang telur mengandung lemak nabati relatif tinggi yaitu sebesar 16,2 %. Pada makanan yang mengandung lemak relatif tinggi seperti rendang telur, kerusakan yang mungkin terjadi adalah oksidasi lemak sehingga makanan menjadi tengik. Pembuatan rendang telur memerlukan bumbu berupa rempah-rempah. Bumbu rempah-rempah tersebut yaitu cabai merah, bawang putih, bawang merah, kunyit, serai, jahe, daun salam, daun kunyit, lengkuas, merica, kemiri dan buah biji pala, semua rempah-rempah tersebut berfungsi untuk meningkatkan cita rasa dan dapat meningkatkan daya simpan dari rendang telur tersebut.

Adanya rendang telur sebagai kuliner khas masyarakat memicu masyarakat setempat untuk lebih kreatif dalam memproduksi rendang telur sebagai identitas budaya. Kuliner rendang telur yang ada di Payakumbuh menjadi kearifan lokal tersendiri untuk terus dikembangkan dan perlu dijaga kualitas dari rendang telur tersebut. Dengan rasanya yang enak dan gurih dapat juga dinikmati sebagai makanan sehari-hari dan cemilan. Harga yang diperjual belikan untuk rendang telur pun terbilang murah dan tahan lama.

B. Temuan Penelitian

1. Faktor Penyebab Rendahnya Pemanfaatan Potensi Ekonomi Kreatif Wisata Kuliner Rendang Telur di Kampung Rendang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif pada wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh dengan 6 faktor penyebab rendahnya pemanfaatan Ekonomi Kreatif yaitu inovasi produk kuliner, branding dan pengemasan kreatif, kuliner berbasis digital, Promosi dan pemasaran, infrastruktur dan fasilitas, rendahnya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Dari ke enam faktor penyebab rendahnya potensi ini, penulis hanya meneliti 3 faktor penyebab saja yaitu faktor pemasaran dan promosi, faktor infrastruktur dan fasilitas dan faktor pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), dikarenakan kampung rendang sudah melakukan inovasi produk kuliner, branding dan pengemasan kreatif dan kuliner berbasis digital tapi tidak semua produsen yg menggunakan kuliner berbasis digital ini. Jadi, penulis menggunakan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

a. Faktor Pemasaran dan Promosi

Faktor pemasaran dan promosi adalah efektivitas strategi pemasaran yang digunakan dalam memperkenalkan kuliner lokal, hal ini bertujuan untuk mengetahui penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif melalui faktor promosi dan pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga kelompok informan utama, yaitu produsen (pengelola usaha kuliner), wisatawan, dan dinas UMKM, ditemukan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya potensi tersebut, berikut hasil wawancara dari masing masing informan :

Hasil wawancara dari ibuk Ernawati sebagai Produsen 1 Dapur rendang Yolanda di Kampung Rendang :

“Kami hanya mengandalkan pengunjung yang sudah tahu dari mulut kemulut, tetapi belum menggunakan platform digital yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Seperti media sosial atau aplikasi pemesanan online yang saat ini sangat efektif dalam menarik pengunjung dan tidak ada Upaya terintegrasi dari pemerintah maupun sektor swasta dalam membantu kami melakukan pemang saran secara lebih efektif. Dan kurangnya kolaborasi antara pengelola rendang dengan dinas ataupun koperasi UMKM diPayakumbuh ini”. (hasil wawancara, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Shartika Sebagai Produsen 2 Dapur rendang Usmai di Kampung Rendang:

“Faktor promosi dan pemasaran dikampung rendang ini menurut ibu, kurangnya segi promosi dari sosial media seperti melalui TikTok, Instagram dan Facebook, karna kan zaman sekarang sudah canggih, jadi informasi apapun itu lebih cepat sampainya,dari pada melalui mulut ke mulut nak, dan kami ingin sebenarnya memasukkan produk jualan kami ini melalui Shoppe supaya bisa terjual sampai ke luar luar tapi kami masih belum bisa untuk mempromosikan melalui Shoppe seperti itu karna belum ada pelatihan khusus nak, dan jalan menuju ke Kampung Rendang ini juga jauh dari kota, untuk palang peta nya juga tidak ada.”(hasil wawancara, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari ibuk Susi Sebagai Produsen 3 Dapur rendang Erika di Kampung Rendang:

“Kampung rendang belum memiliki branding atau identitas yang kuat dikalangan wisatatawan, baik lokal maupun mancanegara. Selain itu, minimnya kegiatan promosi dimedia sosial dan kurangnya keterlibatan dalam event-event kuliner Tingkat kota atau nasional juga mengurangi kesempatan untuk menarik wisatawan, sehingga keberadaan kampung rendang belum banyak dikenal Masyarakat luas, dan di kampung rendang ini juga tidak ada pergerakan dari pemerintah untuk pelatihan pelatihan yang

dilakukan oleh pemerintah untuk produsen. “(Hasil wawancara, 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Aidha Sebagai Produsen 4 Dapur Rendang Riry di Kampung Rendang:

“Dikampung rendang Kota Payakumbuh kalau untuk promosi dan pemasarannya masih cukup kurang, karna masih banyak para produsen yang belum menggunakan media sosial, tapi Dapur Rendang Riry ini sudah menggunakan media sosial seperti TikTok saja. Jadi dikampung rendang ini kalau untuk promosi dan pemasaran sepertinya butuh pelatihan atau seminar yg berkaitan promosi dan pemasaran, supaya para produsen lebih luas pandangannya, tidak hanya berpatokkan dari mulut ke mulut saja, pemerintah juga tidak ada inisiatifnya untuk membuat pelatihan khusus buat produsen. Sebenarnya produk utama di kampung rendang ini itu rendang telur dengan keunikan rasa dan bentuknya, tetapi kami kurang bisa untuk memasarkannya, kalau rendang daging emang sudah terkenal dan sudah menjadi ciri khas Minangkabau, maka dari itu kami ingin rendang telur ini juga menjadi produk ciri khas Payakumbuh dan dikenal oleh Masyarakat baik Masyarakat lokal ataupun Masyarakat mancanegara.melalui sosial media ini (Hasil wawancara, 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Kak Nadia Sebagai Produsen 5 Dapur rendang Mak Yus di Kampung Rendang:

“Dikampung rendang Kota Payakumbuh ini kalau untuk segi faktor promosi dan pemasaran sebenarnya sudah ada yg menggunakan sosial media contohnya saya sendiri, karna saya mempromosikan produk saya melalui live TikTok ataupun Shoppe, jadi kalau untuk segi promosi di dapur saya rasanya sudah cukup, karna pegawai kami rata rata anak Gen Z, yang mengerti dengan sosial media, dan untuk yg memasarkan secara digital ada karyawan khususnya kak. tapi beberapa produsen juga ada yang belum menggunakan media sosial karna mungkin dikampung rendang ini kalau untuk produsen nya banyak yg sudah tua, jadi tidak mengerti cara menggunakan platform digital. (Hasil wawancara, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari ibuk Lili Sebagai Produsen 6 Dapur Rendang Neng Keke di Kampung Rendang:

“Dikampung rendang ini sangat kurang sekali untuk sosial medianya, karna kami kurang bisa menggunakan nya kak, dan rasa kami juga dari mulut ke mulut sudah cukup dan pengemasan dari

masing masing produsen untuk masing masing produk sebaiknya ditingkatkan inovasinya ke yang lebih unik, supaya wisatawan tertarik dan kami berharap ditahun 2025 ini semoga para pemerintah lebih perhatian ke kami supaya kami ada semangat untuk berdagang melalui sosial media ini, dan disediakannya cara menggunakan sosial media yg baik dan benar.” (Hasil wawancara, 27 Desember 2024)

Dan penulis juga mewawancarai dua wisatawan yang berkunjung ke kampung rendang dengan faktor promosi dan pemasaran, Berikut hasil wawancara Wisatawan Pertama yaitu Ibu Hartati yang berasal dari Padang :

“Promosi di media sosial belum maksimal, ya meskipun ada promosi melalui media sosial, saya kadang merasa bahwa promosi yang dilakukan kurang menarik dan tidak cukup menggugah mereka untuk mencoba rendang telur. Karena para penjual sepertinya banyak yg berfokus ke produk lainnya yang sudah terkenal seperti rendang daging. Sebenarnya kami tahu produk utama yang dipasarkan dikampung rendang ini tu rendang telur. Enak kok rendang telur tu apalagi buat lalapan lauk, tapi ya begitu kurangnya pemasaran atau promosi dari para produsen.”(Hasil wawancara wisatawan : Ibu hartati, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari Kak Rini sebagai Wisatawan kedua yang berasal dari Bukittinggi yang singgah Dapur Rendang Mak Yus:

“Kurangnya informasi mengenai rendang telur karna yang sudah terkenal kan rendang daging, ya walaupun rendang telur sebagai produk unggulan di kampung rendang, tapi saya lebih minat ke rendang daging karna rendang telur ini jarang dipromosikan melalui sosial media.” (Hasil wawancara wisatawan : Kak Rini, 29 desember 2024) “

Dan penulis juga mewawancarai Dinas tenaga kerja UMKM di Payakumbuh Yaitu Ibu Fitria Lestari sebagai berikut :

“Minimnya pemasaran dan promosi, emang sampai saat ini masih terbatas. Kami memang sudah melakukan promosi wisata kuliner, tetapi pendekatan yang dilakukan masih kurang terorganisir dengan baik. Dinas kami ini emang perlu bekerja lebih erat dengan pengelola kuliner untuk membuat kampanye promosi Bersama, baik melalui sosial media ataupun event-event kuliner.”(Hasil wawancara 7 januari 2025)”

Berdasarkan data dari informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam faktor penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur melalui faktor promosi dan pemasaran adalah kurangnya strategi pemasaran yang terorganisir dan terbatasnya promosi produk ini kurang dikenal oleh wisatawan dan pasar yang lebih luas.dan kurangnya penyuluhan dari dinas umkm untuk para produsen yang berkaitan dengan pemasaran daan promosi.

b. Faktor Infrastruktur dan Fasilitas

Faktor infrastruktur dan fasilitas adalah ketersediaan fasilitas transportasi yang memudahkan wisatawan untuk mengunjungi Lokasi, hal ini bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif disektor wisata kuliner melalui faktor infrastruktus dan fasilitas .

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga kelompok informan utama, yaitu produsen (pengelola usaha kuliner), wisatawan, dan Dinas UMKM, ditemukan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya potensi tersebut, berikut hasil wawancara dari masing masing informan:

Hasil wawancara dari ibuk Ernawati sebagai Produsen 1 Dapur rendang Yolanda diKampung Rendang :

“Akses menuju ke kampung rendang jalannya masih banyak yang rusak, fasilitas parkir juga terbatas, tidak ada juga tempat untuk bersantai santai untuk menikmati makanan yang ada di toko toko hal ini yang buat pengunjung kurang minat untuk berbelanja dikampung rendang, dan jalan menuju kampung rendang ini juga jauh dari Kota Payakumbuh, dan plang jalan untuk menuju ke kampung rendang juga tidak ada, jadi wisatawan banyak yg tidak mengetahui adanya kampung rendang di Payakumbuh paling mereka tahu adanya toko rendang telur atau pusatnya oleh oleh yg berdominan rendang di Payakumbuh itu mereka tau dari keluarga atau teman tedekat saja.” (Hasil Wawancara, 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Shartika Sebagai Produsen 2 Dapur rendang Usmai di Kamampung Rendang :

“Fasilitas untuk parkir kurang memadai karna lokasinya sempit, jalan menuju ke kampung ini juga jauh sekitar 1 KM dari Kota Payakumbuh, dan fasilitas seperti perlengkapan kami memasak juga seharusnya disediakan karna untuk memajukan kampung ini juga, dan kurangnya partisipasi pemerintah untuk membantu dan memperhatikan Lokasi yang ada dikampung rendang ini.” (Hasil wawancara, 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Susi Sebagai Produsen 3 Dapur rendang Erika di Kampung Rendang:

“Keterbatasan infrastruktur dikampung rendang ini yang mempengaruhi rendahnya potensi pemanfaatan wisata kuliner ini. jalan menuju Lokasi yang belum optimal dan kurangnya fasilitas penunjang seperti tempat parkir yang memadai, toilet umum, dan aksesibilitas yang mudah bagi wisatawan membuat kampung rendang kurang diminati oleh wisatawan luar daerah. Selain itu, kurangnya fasilitas promosi seperti papan petunjuk arah yang jelas atau pusat informasi wisata juga menyulitkan wisatawan dalam menemukan Lokasi wisata kuliner ini. meskipun ada beberapa pengusaha kuliner yang berusaha untuk memperbaiki fasilitas ditempat mereka, namun secara keseluruhan, kondisi infastruktur dikampung rendang masih jauh dari harapan untuk mendukung pengembangan Ekonomi Kreatif.” (hasil wawancara, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Aidha Sebagai Produsen 4 Dapur rendang Riry di Kampung Rendang:

“Akses menuju kampung rendang masih sempit, tidak ada palang penunjuk arah daerah kampung rendang, jadi wisatawan bingung untuk kesini, dan hanya mengandalkan google maps, jadi itu yg membuat wisatwan malas untuk mengunjungi kampung rendang ini. Dan mengenai fasilitas, beberapa produsen juga merasa fasilitas pengelolaan rendang mereka masih sangat sederhana dan membutuhkan perbaikan, keterbatasan ruang produksi dan peralatan yang memadai menjadi penghambat untuk meningkatkan kapasitas produksi rendang telur. (Hasil wawancara, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari Kak Nadia Sebagai Produsen 5 Dapur rendang Mak Yus di Kampung Rendang:

“Fasilitas seperti tempat bersantai untuk para wisatawan tidak memadai karna area nya sempit, jalan menuju kesini juga masih buruk, padahal rendang disini yang paling banyak diminati

wisatawan terutama Bukittinggi dan Payakumbuh, karna mereka belanja kesini, rambu rambu juga tidak ada. Area parkir juga tidak memadai karna Lokasi yg masih tidak strategis.” (Hasil wawancara, 27 desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Lili Sebagai Produsen 6 Dapur rendang Neng Keke di Kampung Rendang:

“Minimnya fasilitas wisata dan akomodasi, walaupun dikampung rendang dikenal dengan produknya, yaitu rendang, sektor pariwisata dan akomodasi di daerah kampung rendang belum berkembang secara optimal, karna hal ini dipengaruhi oleh kurangnya investasi dalam Pembangunan fasilitas wisata seperti hotel, rumah makan, dan ruang pameran yang dapat mendukung pengunjung dan wisatawan. Dan dikampung ini juga jauh dari pusat kota jadi mungkin para wisatawan tidak mengetahui kampung ini menjual macam - macam aneka rendang marandang, dan tidak adanya rambu rambu yang mengarahkan ke kampung rendang ini.” (Hasil wawancara 27 desember 2024)

Dan penulis juga mewawancarai dua wisatawan yang berkunjung ke kampung rendang dengan faktor Infrastruktur dan fasilitas, Berikut hasil wawancara Wisatawan pertama yaitu Ibu Hartati yang berasal Dari Padang:

“Akses menuju kekampung rendang belum memadai karna masih sempit, dan jauh dari pusat kota, tidak ada juga rambu-rambu untuk mengarahkan ke kampung rendang, jadi banyak wisatwan lokal ataupun mancanegara yg tidak tahu dengan adanya kampung rendang ini, saya aja tau dari keluarga saya, karna kata beliau di kampung rendang ini banyak sekali macam macam rendang yg bisa kita beli dan kita lihat secara langsung pembuatannya, jadi menurut saya ini unik, tetapi sayangnya tidak ada fasilitas seperti tempat bersantai untuk menikmati rendang secara langsung, dan tidak ada juga mushala nya.” (Hasil wawancara Wisatawan : Ibu Hartati, 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Kak Rini sebagai Wisatawan kedua yang berasal dari Bukittinggi yang singgah Dapur Rendang Mak Yus:

“Kurangnya rambu-rambu atau plang tidak ada, dibeberapa toko juga tempat parkirnya gtidak memadai seperti dapur rendang usmai, padahal disitu kan khusus produk rendang telur tapi disayangkan tempat parkirnya tidak memadai dan lokasinya tidak strategis, serta tidak tersedianya tempat untuk kami bersantai-santai

untuk menikmati aneka macam rendang yang ada di kampung ini, karna bukan hanya mjumlah tetapi rasanya yg enak dan bumbunya yang khas minang, rasanya nagih tapi yang paling populer di kampung ini yang saya ketahui itu rendang telur, dan rendang daging kering.”(Hasil wawancara Wisatawan : Kak Rini, 29 desember 2024)

Dan penulis juga mewawancarai Dinas tenaga kerja Umkm di Payakumbuh Yaitu Ibuk Fitria Lestari sebagai berikut :

“Kalau untuk infrastruktur ini mungkin lebih ke akses, akses nya emang sedang diproses ya walaupun belum semua di perlebar tetapi sudah ada pergerakan untuk diperbaiki, dan untuk fasilitas kami sudah ada membangun masyarakat atau pengelola rendang tersebut di tahun 2018 pas peresmian kampung rendang, kami memberikan fasilitas untuk pengelola masing-masing pengelola kami berikan fasilitas seperti tungku, dan fasilitas mobil keliling untuk wisatawan yg datang supaya bisa lebih mengenal kamoung rendang. (Hasil Wawancara, 7 januari 2024)

Berdasarkan data dari informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam faktor penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur melalui faktor infrastruktur dan fasilitas adalah infrastruktur yang terbatas, seperti jalan yang rusak dan kurangnya fasilitas wisata yang memadai seperti tidak adanya tempat bersantai untuk para wisatawan untuk menikmati rendang secara langsung, padahal para produsen menyiapkan makanan cepat saji yang bisa dinikmati secara langsung, dan tidak adanya mushalla di dapur rendang tersebut, dan tempat parkir yg kurang memadai di beberapa dapur rendang, seperti Dapur Rendang Usmai, Dapur Rendang Neng Keke dan Dapur Rendang Mak Yus. Hal ini menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya Tarik wisata kuliner rendang telur. Fasilitas pengolahan yang sederhana juga mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk. Berikut gambar infrastruktur dan fasilitas yg tidak memadai dikampung rendang :



Gambar 4. 1
Jalan Yang Berlubang



Gambar 4. 2
Tempat parkir yg tidak memadai



Gambar 4. 3
Tempat parkir yang tidak memadai



Gambar 4. 4
Tidak Tersedianya Tempat Bersantai

Dari gambar diatas terlihat jelas bahwasannya tidak tersedia tempat bersantai untuk wisatawan yang berkunjung,dan area parker kurang memadai,serta akses menuju ke kampung rendang tersebut masih buruk untuk dilalui karena banyak jalan yang berlubang.

c. Faktor Penyebab Rendahnya Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM).

Faktor penyebab rendahnya pengembangan sumber daya manusia (SDM) adalah berbagai elemen yang mendorong dan mempengaruhi peningkatan kualitas, kemampuan, dan potensi individu dalam suatu organisasi atau Masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga kelompok informan utama, yaitu Produsen (pengelola usaha kuliner), Wisatawan, dan Dinas UMKM, ditemukan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya potensi tersebut, berikut hasil wawancara dari masing masing informan :

Hasil wawancara dari ibuk Ernawati sebagai Produsen 1 Dapur rendang Yolanda diKampung Rendang :

“Sebagai pelaku usaha kuliner, kami juga menghadapi kesulitan dalam hal pembiayaan dan pengembangan. Meskipun kuliner kami terkenal dikalangan lokal, tetapi kami kesulitan mendapatkan modal untuk mengembangkan usaha ini lebih jauh, dan dari saya mendirikan toko Yolanda ini dari pertama saya membuat telur rendang dari rempah rempah yg saya olah sendiri dan saya yg memberi resep olahan telur rendang ini ke pelaku usaha kuliner lainnya supaya kampung ini bisa dikenal walaupun pada tahun 1984 itu masih sangat minim Masyarakat yg minat untuk mengembangkan rendang telur ini tapi saya berusaha untuk mengembangkannya sehingga sampai sekarang telur rendang banyak di jual oleh produsen2 lainnya,saya sangat bangga karna saya bisa menciptakan olahan yg enak dengan cita rasa yang unik, saya berharap semoga pemerintah lebih memperhatikan kampung ini supaya lebih banyak dikenal oleh kalangan Masyarakat diluar sana.” (Hasil wawancara 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Shartika Sebagai Produsen 2 Dapur rendang Usmai di Kampung Rendang :

“Kuranginya permintaan pasar maksudnya gini, walaupun rendang telur merupakan produk turun temurun yang memiliki potensi, permintaan yang masih terbatas. Hal-hal seperti ini disebabkan oleh konsumen yang lebih mengenal dan lebih memilih rendang daging sapi sebagai produk utamanya. Dan kurangnya pelatihan kepada para produsen mengenai cara acara produksi ini, ataupun cara-cara mempromosikan produk kami, ataupun kampung rendang ini supaya populer dan dikenal banyak orang.”(Hasil wawancara, 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Susi Sebagai Produsen 3 Dapur rendang Erika di Kampung Rendang:

“Kuranginya penyuluhan dan Pendidikan terbatas maksudnya bahwa rata rata para produsen disini mereka tidak mendapatkan banyak pelatihan atau penyuluhan mengenai cara mengembangkan rendang telur sebagai produk unggulan yang lebih menarik bagi konsumen, memang yang paling unggul sebenarnya rendang telur ini tetapi kami perlu inovasi baru seperti kemasannya, ataupun bentuk dari produk ini supaya para pelanggan tidak bosan. Semoga tahun 2025 ini ada penyuluhan dari pemerintah buat kami para produsen supaya bisa mengembangkan kampung ini kembali.”(Hasil wawancara 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Ibu Aidha Sebagai Produsen 4 Dapur rendang Riry di Kampung Rendang:

“kurangnya permintaan pasar,keterbatasan inovasi produk,kuranginya penyuluhan dan pelatihan promosi atau cara memasarkan produk melalui sosial media.serta kurangnya perhatian pemerintah mengenai kampung rendang ini.dan dari masing masing produsen juga kurang kreatif dalam produk, bentuk packagingnya kurang kreatif untuk menarik para wisatawan untuk membeli produk kita.” (Hasil wawancara 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Kak Nadia Sebagai Produsen 5 Dapur rendang Mak Yus di Kampung Rendang:

“Keterbatasan promosi dan pemasaran serta inovasi produk, padahal produk yg utama dikampung rendang adalah rendang telur tapi wisatawan lebih banyak yg tau rendang daging, dan paru-paru, kurang unik dalam pemasaran rendang telur, dulu pada tahun 2018 rendang telur sangat populer dikampung rendang, tetapi semenjak corona kampung rendang ini sangat menyusut, dan kurangnya penyuluhan dari dinas atau pemerintah tentang cara pengembangan kampung ini serta inovasi apa yang harus dilakukan para produsen

supaya konsumen lebih tertarik berkunjung ke kampung rendang ini.”(Hasil wawancara 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari ibuk Lili Sebagai Produsen 6 Dapur rendang Neng Keke di Kampung Rendang:

“Kurangnya pelatihan yang berkaitan pemasaran dan produk kreatif, dan kurangnya perhatian pemerintah terhadap kampung rendang. Dan kurangnya akses Pendidikan serta kurangnya pemahaman tentang inovasi ataupun peningkatan kualitas produk terhadap produsen.”(Hasil wawawancara,27 Desember 2024)

Dan penulis juga mewawancarai dua wisatawan yang berkunjung ke kampung rendang dengan faktor Penyebab pengembangan sumber daya manusia (SDM). Berikut hasil wawancara Wisatawan Pertama yaitu Ibu Hartati yang berasal dari Padang:

“Kurangnya penawaran ditempat wisata, rendang telur nggak banyak yg tersedia di tempat wisata atau oleh penjual yang ada, kecuali dapur usmai yg emang menjual khusus rendang telur dengan pengemasan yang unik, jadi kami kalau ingin membeli oleh oleh ataupun ingin memesan untuk acara acara pasti ke toko usmai karna disitu yg selalu menyediakan rendang telur tersebut.” (Hasil wawancara wisatawan : Ibu Hartati 27 Desember 2024)

Hasil wawancara dari Kak Rini sebagai Wisatawan kedua yang berasal dari Bukittinggi yang singgah Dapur Rendang Mak Yus:

“Kurangnya variasi dan menu, makanan dikampung rendang emang enak enak, terutama rendang telurnya, tetapi menurut saya ada sedikit kurangnya dalam variasi menu ini, mungkin bisa ditambahkan menu lainnya yang lebih beragam atau sedikit inovasi, seperti rendang telur dengan bumbu yang lebih kreatif supaya lebih menarik bagi pengunjung.” (Hasil wawancara wisatawan : kak Rini 29 desember 2024)

Dan penulis juga mewawancarai Dinas tenaga kerja Umkm di Payakumbuh Yaitu Ibuk Fitria Lestari sebagai berikut :

“Kurangnya dukungan terpadu antara sektor pemerintah dan swasta, walaupun sudah ada beberapa program pemerintah untuk mendukung pengembangan Ekonomi Kreatif wisata kuliner diPayakumbuh, implementasinya masih belum maksimal. Kami perlu lebih banyak melibatkan pengelola wisata kuliner dalam program pelatihan dan pemberdayaan yang lebih terintegritasi dengan sektor

swasta agar usaha mereka lebih bisa berkembang dengan pesat.”(Hasil wawancara 7 januari 2024.)

Berdasarkan data dari informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam faktor penyebab rendahnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur melalui faktor rendahnya pengembangan sumber daya manusia (SDM) adalah keterbatasan akses pelatihan terkait pengelolaan industri dikampung rendang Kota Payakumbuh, kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya pengembangan sumber daya manusia (SDM), Keterbatasan ekonomi, dan minimnya dukungan dari pemerintah tentang pengembangan sdm dikampung rendang ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan wawancara saat melakukan penelitian dikampung Rendang Kota Payakumbuh, bahwasannya menemukan fakta mengenai hal yang terjadi dikampung rendang tersebut memiliki faktor faktor permasalahan pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur, yaitu faktor promosi dan pemasaran, faktor infrastruktur dan fasilitas, dan faktor rendahnya pengembangan sumber daya manusia (SDM) sebagai berikut:

1. Faktor Promosi dan Pemasaran

Bedasarkan data dari wawancara yang telah dilakukan dikampung rendang Kota Payakumbuh, terdapat 6 dapur usaha rendang yang telah berdiri sampai sekarang, dan tidak ada lagi penambahan dapur rendang hingga tahun 2024 ini.

Salah satu penyebab rendahnya potensi pemanfaatannya dari faktor promosi dan pemasaran, promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing industri, masih stuck dan tidak ada perkembangan, hanya 1-2 Dapur yang memakai promosi melalui sosial media, dan selebihnya hanya mulut ke mulut, dan hanya pemasaran untuk wisatawan lokal kebanyakan nya. Penulis juga menemukan bahwa kurangnya promosi

yang efektif menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan potensi Ekonomi Kreatif kuliner di Kampung Rendang. Promosi yang terbatas hanya dalam lingkup lokal tanpa memanfaatkan platform digital atau media sosial menyebabkan wisata kuliner ini kurang dikenal di luar daerah. Oleh karena itu, Pemerintah kota Dinas UMKM perlu lebih aktif dalam peningkatan promosi kuliner rendang telur melalui pelatihan dan panduan kepada pengelola untuk meningkatkan promosi dan pemasaran yang melibatkan Platform Digital seperti media sosial, situs web, dan kolaborasi dengan influencer kuliner, diharapkan hal ini dapat mempercepat Promosi dan Pemasaran di Kampung rendang Kota Payakumbuh.

Hal ini menjadi perhatian khusus bagi masing-masing industri dapur rendang untuk meningkatkan promosi dan pemasarannya agar lebih dilirik dan agar potensi yang dimiliki di kampung rendang memang betul tersalurkan.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa yang dilakukan oleh Kharisma Wiati Gusti (2024) Meningkatkan promosi Kampung Wisata Kuliner RW 04 Haurpancuh II melalui pemanfaatan digital marketing, penelitian ini difokuskan pada memberikan panduan kepada pengelola dan pedagang Kampung Wisata Kuliner RW 4 Haurpancuh II tentang promosi digital yang melibatkan branding, packaging produk, pembuatan akun dan pengaturan konten di media sosial. Seharusnya kampung rendang juga mendapatkan hal yang sama pada penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Wiati karena di kampung rendang juga tidak ada dukungan ataupun pelatihan yang melibatkan pada promosi dan pemasaran melalui platform digital serta kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif untuk mengembangkan wisata kuliner rendang telur di kampung rendang, promosi yang dilakukan masih terbatas dan belum maksimal dalam menjangkau pasar yang lebih luas serta kurangnya strategi pemasaran digital, seperti TikTok, Shoppe, Youtube dan Instagram yang dapat memperkenalkan rendang telur kepada konsumen secara luas, kurangnya

kolaborasi dengan *influencer* atau media karna Kampung rendang belum sepenuhnya memanfaatkan *influencer* kuliner atau media sosial untuk dipasarkan secara luas. dan kegiatan ini juga perlu adanya dukungan dari Pemerintah kota melalui Dinas UMKM tersebut.

2. Faktor Infrastruktur dan Fasilitas

Pada hasil temuan Penelitian penulis juga mengidentifikasi kurangnya infrastruktur dan fasilitas yang memadai di Kampung Rendang sebagai faktor penghambat lainnya. Keberadaan akses transportasi yang kurang memadai serta fasilitas pendukung wisata seperti tempat parkir, toilet umum, dan area rekreasi yang belum optimal menjadikan wisata kuliner ini kurang menarik bagi wisatawan dan kurangnya akomodasi yang memadai.

Hal ini menjadi perhatian khusus bagi produsen dan pemerintah mengenai fasilitas dan infrastruktur ini karna akses dan fasilitas ini sangat berpengaruh untuk wisatawan, terutama untuk rambu rambu yg belum ada menandakan bahwasannya di Payakumbuh tersebut ada kampung khususnya pengelola semua aneka rendang marandang, dan akses yang cukup jauh dari pusat kota menjadi alasan kenapa wisatawan banyak yg tidak tau dengan kampung rendang, dan belum tersedianya tempat bersantai untuk menikmati rendang secara langsung di tempat tersebut.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa yang dilakukan oleh Ira Brunchilda Hubner (2021) Desain perencanaan strategi pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja kota bandung. Bandung mulai dikenal juga melalui potensi wisata kuliner dan belanja yang dimilikinya. Bahkan Kementrian Pariwisata telah menetapkan Bandung sebagai salah satu destinasi unggulan wisata kuliner dan belanja di Indonesia. Namun demikian, masih ada beberapa masalah yang dihadapi seperti belum terintegrasinya kawasan-kawasan wisata belanja dan kuliner yang menyebabkan pengembangan belum optimal, kurangnya ketersediaan fasilitas transportasi, lahan parkir, dukungan promosi dan kerjasama antar pemangku kepentingan. Sedangkan di Kampung rendang Kota

Payakumbuh, Infrastruktur dan fasilitas seperti aksesibilitas yang masih terbatas, jalan yang masih sempit dan fasilitas pendukung yang masih minim seperti tempat makan untuk wisatawan belum tersedia padahal didapur rendang tersebut menyediakan nasi yang bisa disantap secara langsung dengan rendang yang telah diolah oleh dapur tersebut, tidak ada mushalla dan kurangnya dukungan pemerintah dalam memperbaiki akses dan fasilitas tersebut. Serta memberi rambu-rambu lalu lintas supaya wisatawan itu tau bahwasannya di Payakumbuh terdapat kampung rendang khusus menjual semua rendang merandang, dan bisa disaksikan secara langsung.

3. Faktor Keterampilan dan Pengembangan SDM

Pada hasil temuan Penelitian melalui Wawancara juga mengidentifikasi kurangnya keterampilan dan pengembangan SDM yang memadai di Kampung Rendang sebagai faktor penghambat lainnya adalah kurangnya keterampilan dalam mengelola usaha wisata atau bisnis kuliner secara professional hal ini menghambat potensi pengembangan usaha kuliner rendang telur, pelayanan yang belum optimal, minimnya pengetahuan tentang pengelolaan destinasi wisata secara keseluruhan, hal ini perlu dilakukan dan dikenalkan untuk dilakukan secara berkelanjutan.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa yang dilakukan oleh Wahyu Haryadi (2022) Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian Umkm Pesisir Saliper Ate di Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM wisata kuliner masih perlu melakukan perbaikan agar dapat meningkatkan mutu dan daya tarik, sehingga dapat mengikuti perkembangan jaman. Eksistensi wisata kuliner Saliper Ate menghadirkan besarnya pengaruh atas penghasilan penduduk sekitar. Hadirnya wisata kuliner menyajikan kebermanfaatannya sendiri bagi penduduk lokal, secara khusus bagi UMKM yang ada di wisata kuliner Saliper Ate, pada aspek pendapatan merasakan transformasi berupa meningkatnya penghasilan melalui kehadiran wisata kuliner tersebut.

Sedangkan dikampung rendang Kota Payakumbuh mengenai faktor rendahnya pengembangan sumber daya manusia (SDM) ialah Masyarakat dikampung rendang tersebut kurang memiliki keterampilan dalam mengelola usaha wisata, dan kurangnya penyuluhan dari pemerintah untuk meningkatkan pengembangan sumber daya manusia (SDM) dikampung rendang tersebut.

Jadi dapat disimpulkan hasil dari tiga faktor pembahasan diatas bahwasanya Perbedaan temuan antara penelitian penulis dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor dasar seperti promosi dan pemasaran menjadi masalah umum seperti kurangnya dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan promosi dan pemasaran, serta faktor infrastruktur dan fasilitas juga kurang dukungan dari pemerintah kota seperti tidak adanya rambu rambu lalu lintas, jalan yang masih sempit padahal wisatawan yang berkunjung kebanyakan menggunakan kendaraan roda empat, serta fasilitas pendukung yang masih minim yaitu tempat makan untuk menyantap secara langsung olahan yang dibuat oleh para pengelola atau pedagang, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) juga berperan penting dalam menentukan suksesnya pemanfaatan potensi Ekonomi Kreatif kuliner, seperti mengadakan pelatihan khusus kepada para pengelola dan pedagang untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) yang ada di kampung rendang. Hal ini memberikan perspektif baru dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata kuliner berbasis produk lokal.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di kampung rendang Kota Payakumbuh tentang faktor penyebab rendahnya potensi Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur di kampung rendang Kota Payakumbuh, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang menjadi penyebab rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur di Kampung Rendang yaitu:

Faktor Promosi dan Pemasaran yang kurang efektif salah satu faktor utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah terbatasnya promosi dan pemasaran produk kuliner rendang telur di Kampung Rendang. Meskipun produk kuliner ini memiliki potensi yang besar, namun pengelola usaha dan masyarakat sekitar belum memanfaatkan media sosial, platform digital, maupun saluran pemasaran yang lebih luas untuk memperkenalkan wisata kuliner tersebut ke audiens yang lebih besar. Sebagian besar promosi yang dilakukan masih bersifat lokal dan tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan hanya mengandalkan pengunjung yang datang secara langsung tanpa adanya upaya untuk menarik wisatawan luar daerah atau mancanegara. Oleh karena itu, promosi yang lebih efektif dan pemanfaatan media digital perlu dilakukan agar potensi wisata kuliner ini dapat dikenal lebih luas.

Faktor Infrastruktur dan Fasilitas yang belum memadai temuan lain yaitu kurangnya infrastruktur dan fasilitas pendukung yang memadai di Kampung Rendang. Akses transportasi yang kurang optimal, fasilitas parkir yang terbatas, dan kurangnya sarana publik seperti toilet dan tempat istirahat menjadi kendala bagi pengunjung. Hal ini mengurangi kenyamanan pengunjung yang datang untuk menikmati kuliner rendang telur, terutama wisatawan yang datang dari luar kota. Pembangunan dan perbaikan infrastruktur serta fasilitas umum menjadi hal yang sangat penting untuk

meningkatkan daya tarik wisata kuliner di Kampung Rendang dan mendukung pertumbuhan Ekonomi Kreatif di daerah tersebut.

Faktor Keterampilan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) / rendahnya potensi rendang telur, Faktor ketiga yang ditemukan dalam penelitian ini adalah keterbatasan dalam pengembangan keterampilan dan kapasitas SDM, baik di kalangan pelaku usaha kuliner maupun masyarakat sekitar. Banyak pengelola usaha kuliner di Kampung Rendang yang masih mengandalkan keterampilan tradisional dalam mengolah rendang telur, tanpa adanya pelatihan yang mendalam terkait pengelolaan usaha kuliner, pemasaran produk, dan peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini berpotensi mengurangi daya saing dan kualitas produk yang ditawarkan, serta membatasi kemampuan para pelaku usaha untuk berkembang. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan-pelatihan teknis dan non-teknis menjadi langkah yang sangat penting untuk mendukung pengembangan Ekonomi Kreatif di bidang wisata kuliner rendang telur.

B. Implikasi

Sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat ditemukan konsekuensinya berikut :

1. Hasil dari penelitian penulis lakukan bahwa faktor penyebab rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur dikampung rendang ialah terdapat 3 faktor yaitu faktor promosi dan pemasaran, faktor infrastruktur dan fasilitas, dan faktor penyebab rendahnya potensi rendang telur dikampung rendang / SDM.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi pemerintah dan pengelola atau produsen dikampung rendang Kota Payakumbuh dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor penyebab rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif dalam wisata kuliner rendang telur di Kampung Rendang Kota Payakumbuh, berikut adalah beberapa saran yang

dapat dipertimbangkan oleh pihak-pihak terkait untuk meningkatkan potensi wisata kuliner di daerah tersebut:

1. Peningkatan Promosi dan Pemasaran Penggunaan Media Digital: Pengelola wisata dan pelaku usaha kuliner di Kampung Rendang perlu memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk rendang telur secara lebih luas. Pembuatan akun resmi di platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat membantu memperkenalkan kuliner khas ini kepada audiens yang lebih besar. Selain itu, pembuatan situs web atau aplikasi yang menampilkan informasi terkait produk, harga, serta lokasi wisata kuliner rendang telur juga dapat mempercepat penyebaran informasi kepada wisatawan dan kolaborasi dengan *Influencer* dan *Blogger* Kuliner menggandeng *influencer* kuliner atau *blogger* yang memiliki pengaruh di media sosial untuk mengulas atau mempromosikan kuliner rendang telur akan memperbesar peluang untuk menarik lebih banyak wisatawan. Hal ini juga dapat meningkatkan kredibilitas produk di mata masyarakat.
2. Peningkatan Infrastruktur dan Fasilitas Wisata yaitu Perbaikan Akses Jalan dan Transportasi: Salah satu tantangan yang dihadapi oleh Kampung Rendang adalah akses transportasi yang kurang memadai. Oleh karena itu, perbaikan akses jalan menuju Kampung Rendang menjadi sangat penting agar lebih mudah dijangkau oleh wisatawan, terutama yang datang dari luar kota. Kolaborasi dengan pihak berwenang untuk memperbaiki sarana transportasi akan mempermudah mobilitas pengunjung. dan Pembangunan Fasilitas Pendukung Wisata: Pemerintah daerah dan pengelola wisata perlu memperhatikan pembangunan fasilitas pendukung wisata yang memadai, seperti area parkir yang luas, toilet umum yang bersih, tempat istirahat, dan ruang publik lainnya yang mendukung kenyamanan wisatawan. Fasilitas ini dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan membuat mereka lebih betah berlama-lama di Kampung Rendang.
3. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Peningkatan Keterampilan yaitu pelatihan keterampilan kuliner dan manajemen usaha

pelaku usaha kuliner di Kampung Rendang perlu diberikan pelatihan dalam pengelolaan usaha kuliner yang lebih modern dan profesional. Pelatihan ini tidak hanya mencakup keterampilan memasak rendang telur yang lebih inovatif dan higienis, tetapi juga aspek-aspek lain seperti manajemen usaha, pengelolaan keuangan, serta pelayanan pelanggan yang baik. Kerja sama dengan lembaga pelatihan atau universitas dapat memberikan manfaat dalam pengembangan kapasitas SDM lokal dan pengembangan *Soft Skills* dan Pemasaran

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa dijadikan bahan dan rujukkan untuk penelitian selanjutnya dan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan segala sesuatu sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik serta memperkuat hasil di skripsi ini.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengkaji lebih banyak lagi sumber ataupun referensi yang terkait dengan faktor penyebab rendahnya potensi pemanfaatan Ekonomi Kreatif wisata kuliner rendang telur dikampung rendang Kota Payakumbuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Achiel, Salam. 2022. *Wisata Kuliner*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Insan Cendekia Mandiri Grup: Solok
- Alifahmni, Hifni. 2005. *Sinergi Integrasi Iklan, Komunikasi Publik Relations, Pemasaran dan Promosi*. Quantum. Bandung.
- Alma Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Amir, M. 2017. Jurnal Cakrawala. *Kebijakan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Kerajinan Unggulan dalam Upaya Mengangkat Kearifan Lokal Kabupaten Tuban*.
- Andriani, Suci. 2021. *Implementasi Pengembangan Wilayah Sungai Durian Sebagai Kampung Rendang*. JOM FISIP, Vol.8, No.1, 2021.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta Malang: UIN Malang.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Besra, E. 2015. *Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di kota Padang*. JRAB: Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis, 12 (1).
- Darmayanti. 2017. *Teori Dan Implementasi Kuliner*. Jurnal Pariwisata Terapan. 1(1), 13-27
- Daulay, Zul Asfi Arroyhan. 2018. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)*. Jurnal Tansiq, Vol. 1, No. 2
- Djaali. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Haerisma, Alvien Septian. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran*. Jurnal Al-Amwal, Volume 1, 2018.
- Hardianti, Sri, Mashud, Muhammad Hasan. *“Ekonomi Kreatif”*. Yayasan Kita Menulis, 2022
- Harjawati, Tri. 2018. Jurnal. *Peran Pemerintah dalam Pengembangan Lembaga Pembiayaan di Sentra Industri Berbasis Ekonomi Kreatif*.
- Hendri, H. Adinugraha, dkk. 2022. *Ekonomi Kreatif: Konsep, Peluang, dan Strategi Pengembangan*.

- Kotler, Philip. 1980. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Kriyantono Rahmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana: Jakarta
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2011:186
- Liliwer, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Machfoedz, Mahmud. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Jakarta
- Maryetti. 2023. *Rendang sebagai Ikon Kuliner Local di Payakumbuh*.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Mursid, M. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara Jakarta
- Nasfi, Dkk. 2021. *Strategi Pengembangan Bisnis: Teori Dan Implementasi*. Jakarta: Tahta Media Group
- Nikotaini, Zatin. 2024. *Meningkatkan promosi kampung wisata kuliner RW 04 Haur pancuh II melalui pemanfaatan digital marketing*. Jurnal pemanfaatan ekonomi,14 (5).
- Novera. 2019. *Kuliner Rendang Marandang*
- Novita, Wellia. 2020. *Faktor Penyebab Rendahnya Potensi Ekonomi Kreatif Wisata Kuliner di Kota Malang*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 21(3), 112-124.
- Nurhadi. 1973. *Peranan Advertising dalam Marketing*. Intervista. Jakarta.
- Ovitasari. 2019. *Pengembangan Ekonomi Kreatif*.
- Pangestu, M. E. 2015. *Ekonomi Kreatif Indonesia*.
- Pangestu, Mari Elka. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 berdasarkan hasil Konvesi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008*.
- Pangestu, Mari Elka. *Pengembangan Ekonomi Kreatif, 2009-2015*

Rahayu, Sri. 2022. *Analisis Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Perekonomian UMK M Pesisir Saliper Ate Dikabupaten Sumbawa*. Jurnal Bisnis, 12 (2).

Sari, Anggi Puspita, dkk. 2020. *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.

Zainurossalamia, Saida Z.A. 2020. *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. NTB: Forum Pemuda Aswaja