ABSTRAK

CARISSA MUMTAZA NASUTION. Strategi Pengelola Wisata Kuliner Pasar Kamu Dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha Di Desa Denai Lama. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Medan, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengelola Wisata Kuliner Pasar Kamu dalam memberdayakan pelaku usaha pada aspek pelayanan konsumen di Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan mutu pelayanan antar pelaku usaha yang berpotensi memengaruhi pengalaman pengunjung serta kualitas pelayanan di destinasi wisata kuliner berbasis masyarakat. Pengelola memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui strategi pemberdayaan yang terencana dan berkelanjutan sehingga pelayanan yang diberikan kepada pengunjung dapat dilakukan secara lebih optimal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Subjek penelitian terdiri atas satu orang pengelola dan dua orang pelaku usaha yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, sedangkan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengelola merumuskan strategi dengan mengidentifikasi permasalahan pelayanan dan menyepakati standar pelayanan berbasis prinsip 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun) bersama pelaku usaha melalui forum musyawarah; (2) pengelola mengimplementasikan strategi melalui pembinaan rutin berupa briefing sebelum operasional, diskusi setelah operasional, pertemuan Malam Rabu, serta pengawasan langsung selama kegiatan operasional berlangsung; dan (3) pengelola melakukan evaluasi secara berkelanjutan melalui diskusi bersama pelaku usaha untuk menilai perkembangan pelayanan dan memberikan umpan balik terhadap kekurangan yang masih ditemukan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan perilaku pelayanan yang positif pada kedua pelaku usaha, meskipun penerapan prinsip 5S belum sepenuhnya konsisten pada kondisi pasar yang ramai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemberdayaan yang bersifat partisipatif, berkelanjutan, dan berorientasi pada pembinaan serta pengawasan mampu meningkatkan kapasitas pelayanan pelaku usaha di destinasi wisata kuliner berbasis desa.

Kata Kunci: strategi pengelola; pemberdayaan pelaku usaha; pelayanan konsumen; wisata kuliner; desa wisata kuliner

ABSTRACT

CARISSA MUMTAZA NASUTION. The Strategy of Pasar Kamu Culinary Tourism Management in Empowering Business Actors in Denai Lama Village. Skripsi. Medan: Faculty of Education, State University of Medan, 2026.

This study aims to describe the strategy employed by the management of Pasar Kamu Culinary Tourism in empowering business actors in the aspect of customer service in Denai Lama Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency. The study was motivated by variations in the quality of customer service among business actors, which may influence visitors' experiences and the overall quality of services provided at a community-based culinary tourism destination. The management plays an important role in improving the capacity of business actors through planned and sustainable empowerment strategies to ensure better customer service. This research employed a qualitative approach using a case study design. The research subjects consisted of one tourism manager and two business actors selected through purposive sampling. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, while data validity was ensured through technique triangulation. The findings indicate that: (1) the management formulated its strategy by identifying customer service problems and jointly establishing the 5S service standards (Smile, Greeting, Salutation, Politeness, and Courtesy) with business actors through discussion forums; (2) the strategy was implemented through regular coaching activities, including pre-operational briefings, post-operational discussions, Wednesday night meetings, and direct supervision during operational activities; and (3) the management continuously evaluated the strategy through discussions with business actors to assess service improvement and provide feedback on remaining shortcomings. The evaluation results revealed positive improvements in the customer service behavior of both business actors, although the implementation of the 5S principles had not yet been fully consistent during peak visitor periods. This study concludes that a participatory, continuous, and coaching- as well as supervision-oriented empowerment strategy effectively improves the customer service capacity of business actors in a village-based culinary tourism destination.

Keywords: management strategy; business empowerment; customer service; culinary tourism; tourism village.