

Pembinaan perilaku masyarakat pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung ke Siak Sri Indrapura

Jumiati Sasmita

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Riau

*Email: miasagaf@yahoo.com

Abstrak

Adapun yang menjadi masalah dalam tulisan ini adalah: (1). Perilaku pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung ke Siak belum baik. (2).Belum adanya wawasan tentang wisata kuliner bagi pengusaha kuliner di Siak Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pembinaan perilaku terhadap pengusaha kuliner di Kabupaten Siak agar dapat berperilaku baik terhadap wisatawan yang hendak berwisata kuliner sehingga nantinya dapat mendukung ekonomi kreatif dan Tujuan dilaksanakan program pelatihan untuk menambah wawasan masyarakat pengusaha kuliner tentang wisata kuliner di Siak sehingga dapat membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri pelaku usaha kuliner, sehingga akan terbentuk sikap dan perilaku pengusaha profesional dalam menjalin hubungan antar pengusaha, karyawan, maupun dengan konsumen. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah perpaduan antara ceramah bervariasi yakni berupa penyampaian materi yang terkait dengan pembinaan perilaku masyarakat pengusaha kuliner kepada 20 orang peserta dan.Selanjutnya memberikan pengetahuan kepada para peserta pelatihan bagaimana sikap kepada wisatawan yang berkunjung ke Siak dan bagaimana cara memajukan wisata kuliner dengan memberikan contoh-contoh daerah wisata kuliner yang telah maju. Adapun perilaku pengusaha kuliner di Siak masih kurang dalam hal pelayanan terhadap pelanggan, kurang ramah dan kurang jujur dalam hal memberikan harga pada menu yang disajikan serta kurang jujur terhadap menu yang disajikan dengan yang ditampilkan dalam foto atau dokumentasi yang disampaikan kepada pelanggan terkadang ada perbedaan, Rasa makanan yang kurang dijaga, Kebersihan juga belum diperhatikan dengan baik, Fasilitas yang masih kurang memadai, serta Variasi menu masih terbatas sehingga hal inilah yang menyebabkan belum berkembangnya wisata kuliner di Siak seperti wisata kuliner di daerah lain di Indonesia.

Kata Kunci: perilaku pengusaha kuliner, kuliner, wisata kuliner

1. Pendahuluan

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki banyak sekali potensi wisata yang bisa dikatakan sangat beragam dalam jenisnya, selain wisata alam, Indonesia juga mempunyai banyak sekali pusat-pusat tempat wisata budaya, wisata sejarah salah satunya terdapat di Kabupaten Siak, Siak adalah sebuah wilayah Kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia. Ibu kotanya adalah Siak Sri Inderapura.Kabupaten Siak menyimpan potensi pariwisata yang tidak kalah menarik dibandingkan tempat-tempat lain di Indonesia.Kabupaten Siak juga mempunyai berbagai tempat wisata bersejarah, yakni ada 15 destinasi yang menjadi daya tarik wisatawan untuk piknik sekaligus menjalin silaturahmi bersama keluarga. Tujuan wisata yang menjadi favorit wisatawan adalah, Istana Siak, Tangsi Belanda, Rumah Datuk Pesisir, dan Embung Terpadu Desa Wisata Dayun, Istana Siak Sri Indrapura sudah berstatus sebagai cagar budaya yang ditetapkan pada tanggal 3 Maret 2004.Saat ini Istana Siak Sri Indrapura berfungsi sebagai destinasi wisata sejarah di Provinsi Riau.Istana Siak Sri Indrapura merupakan peninggalan Kesultanan Kerajaan Siak yang dibangun pada abad ke-19.Istana ini juga biasa dikenal dengan sebutan Istana Matahari Timur atau Istana Asserayah Hasyimiah. Dengan luas 1.000 m², Istana Siak memiliki arsitektur bercorak Melayu, Arab, dan Eropa.Menurut Siak (Cakaplah) - Kunjungan wisatawan ke Istana Asserayah Hasyimiah atau lebih dikenal Istana Siak naik drastis selama liburan Natal dan Tahun Baru (Nataru).Tercatat jumlah kunjungan mencapai 12.966 wisatawan terhitung sejak 25 Desember 2022 hingga 1 Januari 2023.Sebagian besar wisatawan yang berkunjung merupakan wisatawan lokal Riau, selain itu ada pula dari luar Provinsi Riau seperti Sumatera Barat, Jambi, bahkan luar Pulau Sumatera.Saat ini trend berwisata telah berubah haluan, masyarakat ketika berkunjung ke suatu tempat, tidak lagi hanya mencari tempat rekreasi saja.Namun juga mencari menu kuliner favorit ditempat wisata tersebut.Istilah saat ini yaitu wisata kuliner, wisatawan yang berkunjung ke Siak tentunya ingin menikmati perjalanan

wisatanya, sehingga pelayanan makanan dan minuman harus mendukung bagi wisatawan yang tidak membawa bekal. Bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata mempunyai makanan yang khas, wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati kuliner setempat.

Saat ini kuliner merupakan salah satu daya tarik untuk melakukan kunjungan wisata ke suatu daerah. Wisatawan yang datang ke suatu daerah kadang kala hanya ingin berburu makanan khas suatu daerah, saat traveling, wisata kuliner menjadi salah satu aktivitas yang sayang untuk dilewatkan. Sebab, setiap daerah tentu memiliki kuliner khas yang dibuat dari bahan dan bumbu asli daerah tersebut. Rasanya pasti kurang lengkap jika berkunjung ke sejumlah daerah tanpa menikmati kuliner khasnya. Kebudayaan bisa juga berbentuk sebagai makanan. Keberagaman makanan di Indonesia sangatlah banyak, perbedaan makanan tersebutlah yang membuat wisata kuliner merupakan sebuah jenis wisata yang cukup menarik. Saat ini salah satu jenis wisata yang cukup terkenal di Indonesia yaitu wisata kuliner. Kegiatan makan saat ini tidak hanya menebus rasa lapar dan menghilangkan haus, akan tetapi kini telah menjadi salah satu kegiatan wisata. Jenis wisata ini juga banyak menarik wisatawan yang datang ke Indonesia. Dengan mengembangkan potensi kuliner, suatu daerah dapat menjadikan wisata kuliner sebagai salah satu nilai jual bagi daerah tersebut. Selain itu para wisatawan yang ikut datang dan berkunjung ke suatu daerah dapat ikut membantu daerah tersebut untuk meningkatkan pendapatan daerahnya. Hal ini tentu menjadi solusi yang cukup menyenangkan. Dimana wisatawan dapat menikmati kuliner yang berbeda dari yang lain, penduduk daerah setempat dapat memiliki sumber penghasilan baru dan pemerintah daerah akan memiliki sumber untuk dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Selama menjalani bisnis kuliner pengusaha harus selalu menjaga sikap dan perilaku. Keduanya juga terkait dalam menjaga reputasi bisnis. Yakni perlakuan terhadap pelanggan, misalnya saja dengan selalu berusaha ramah saat melayani konsumen. Selain itu yang harus diperhatikan juga yaitu menjaga rasa makanan, kebersihan, Harga, Lokasi, Fasilitas, Variasi menu dan Area parkir. Hal ini jelas akan berpengaruh terhadap konsumen sehingga kemungkinan konsumen akan datang kembali dilain waktu. Sampai saat ini masih banyak wisatawan yang datang ke Siak membawa bekal dari rumah karena perilaku sebahagian masyarakat pengusaha kuliner yang tidak membuat harga pada menu makanan yang disajikan dan terkadang sengaja menaikkan harga makanan terhadap para wisatawan yang berkunjung ke Siak, sehingga wisatawan merasakan harga yang mahal untuk kuliner yang ada di Siak, padahal banyak sekali menu menu unik yang merupakan ciri khas masakan melayu di Siak yang dapat ditonjolkan sebagai kuliner daerah Siak namun karena sudah terpatrit image dengan harga yang mahal pada wisatawan yang berkunjung ke Siak sehingga tidak banyak wisatawan yang mau mencoba kuliner Siak, disamping itu masih kurangnya keramahan masyarakat pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang datang untuk berwisata kuliner di Siak, seringkali wisatawan yang datang dibiarkan mencari cari tempat duduk sendiri di pinggir sungai yang memang merupakan kawasan wisata kuliner ketika sampai di tempat kuliner tanpa adanya pengarahan atau sambutan dari pengusaha kuliner dan jarang sekali ada inovasi terhadap menu yang ditawarkan. Hal inilah yang membuat wisata kuliner Siak sampai saat ini belum lagi berkembang. Padahal Siak sudah menjadi tujuan wisatawan di Provinsi Riau. Wisata kuliner Siak dapat menjadi tempat singgah saat wisatawan merasa lelah dan juga untuk berkumpul bersama teman dan keluarga. Oleh sebab itu Pelaku usaha bisnis kuliner di Siak dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Agar wisata kuliner Siak dapat berkembang seiring dengan perkembangan wisata kuliner di tempat lain di Indonesia, maka perlu pembinaan perilaku pengusaha kuliner di Siak. Adapun yang menjadi masalah dalam tulisan ini adalah: (1). Perilaku pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung ke Siak belum baik. (2) Belum adanya wawasan tentang wisata kuliner bagi pengusaha kuliner di Siak jika pemerintah ingin memajukan sektor pariwisata harus mampu membangun perilaku masyarakat di sekitar lokasi wisata di daerah itu untuk dibenahi dengan cara diberikan pemahaman tata cara memperlakukan tamu dengan baik, membangun rasa nyaman bagi pengunjung, membuat lokasi wisata bersih dari sampah dan lainnya. Adapun Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pembinaan perilaku terhadap pengusaha kuliner di Kabupaten Siak agar dapat berperilaku baik terhadap wisatawan yang hendak berwisata kuliner sehingga nantinya dapat mendukung ekonomi kreatif dan Tujuan

dilaksanakan program pelatihan untuk menambah wawasan masyarakat pengusaha kuliner tentang wisata kuliner di Siak sehingga dapat membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri pelaku usaha kuliner, sehingga akan terbentuk sikap dan perilaku pengusaha profesional dalam menjalin hubungan antar pengusaha, karyawan, maupun dengan konsumen dan Manfaat Kegiatan dengan adanya kegiatan pelatihan berupa pembinaan perilaku terhadap pengusaha kuliner, Pelaku usaha Kuliner memiliki pemahaman tentang bagaimana seharusnya sikap pelaku wisata kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung dan dapat menambah Pengetahuan pelaku usaha kuliner terhadap wisata kuliner. sehingga dapat mengembangkan potensi kuliner di daerah Siak dan dapat menjadikan wisata kuliner sebagai salah satu nilai jual bagi daerah Siak. Selain itu para wisatawan yang datang dan berkunjung ke Siak sehingga dapat ikut membantu meningkatkan pendapatan daerah Siak.

1.1. Kuliner dan Bisnis Kuliner

Kata Kuliner berasal dari kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu *culinary*. Menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993: 159), Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Secara harafiah, kuliner adalah kata yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak. Menurut KBBI, kuliner adalah sesuatu yang berkaitan dengan masakan. Jadi, hal-hal apapun yang melibatkan tentang masakan adalah bagian dari kuliner. Misalnya, seni kuliner artinya ilmu dan pengetahuan mengenai masakan, seperti cara dan teknik dalam memasak. Pada umumnya, pengertian kuliner adalah suatu proses pembuatan makanan. Selanjutnya kuliner dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan untuk menghasilkan makanan sehat dengan penampilan menarik yang dimulai dan memilih bahan makanan yang berkualitas; mempersiapkan teknik pengolahan yang tepat dan aman serta menghasilkan selera sesuai tujuan. (Titi Soenardi dan Tim Yayasan Gizi Kuliner Indonesia, 2013). Kuliner adalah salah satu cara dalam memperkenalkan keunikan suatu daerah wisata (Ottenbacher & Harrington, 2013). Sedangkan menurut Yuyun Alamsyah (2008) kuliner Indonesia dapat didefinisikan sebagai masakan asli atau masakan yang sudah mengalami adaptasi lokal yang tersebar di seluruh pelosok nusantara berdasarkan pendapat di atas kuliner diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas masak memasak.

Kuliner sejak dekade terakhir meningkat dengan pesat dari skala pedagang kaki lima sampai pada warung makan, rumah makan, kedai makan kantin dan cafe restoran di hotel-hotel dan di ruang publik dan food court di berbagai mall (mal) atau di rest area. Kehadirannya dapat memenuhi selera citarasa berbagai makanan internasional dan lokal yang sangat berkembang di berbagai kota besar untuk melayani konsumen. Begitu meluasnya jasa ini sehingga menimbulkan model wisata baru yakni wisata kuliner di berbagai mal obyek wisata dan di tempat peristirahatan lainnya untuk rute perjalanan jauh. Jasa boga dan kuliner ini semakin marak ketika jasa kuliner lokal berkompetisi dengan jasa kuliner dari mancanegara (Gusti Bagus Arjana, 2017). Sektor kuliner termasuk kedalam sektor industri kreatif. Industri kuliner sudah memiliki pasar tersendiri baik di Indonesia ataupun di lingkup internasional. Sektor kuliner ini meliputi dari pembuatan kuliner khas daerah dan juga pemasaran produk khas daerah di Indonesia. Sektor kuliner di Indonesia sudah memiliki pasar yang luas dan juga sudah bisa bersaing dengan pasar ritel modern. Sektor kuliner menjadi industri kreatif yang cukup menjanjikan saat ini. karena memiliki nilai ekonomis namun tetap memiliki keuntungan. (Carunia Mulya Firdausy, 2017).

Selanjutnya menurut Wulan Ayodya, (2016). Usaha kuliner adalah usaha yang melakukan transaksi penjualan di bidang makanan dan minuman. Bisnis kuliner adalah suatu bisnis yang bergerak dalam bidang makanan baik dalam hal pembuatan, penyajian hingga penjualan suatu

produk (donabisnis.com. 2023) Bisnis kuliner adalah jenis usaha yang dilakukan seseorang namun bergerak dibidang makana (pinhome.id). Berdasarkan pendapat di atas usaha kuliner dapat diartikan sebagai tindakan yang memiliki motif memperoleh keuntungan dari penjualan di bidang makanan dan minuman.

Maraknya bisnis kuliner yang dikembangkan di berbagai tempat memaksa para pelakunya untuk mampu bersaing agar dapat bertahan, baik dalam segi produk yang ditawarkan, strategi penjualan, hingga pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Pelayanan yang baik kepada para pelanggan tersebut diyakini dapat menimbulkan kepuasan sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kuliner merupakan bagian dari atraksi wisata yang tidak bisa dipisahkan ketika wisatawan berkunjung ke suatu tempat. Bahkan kuliner dapat menciptakan suasana yang unik yang membuat wisatawan yang pernah berkunjung ke daerah tersebut tidak akan melupakan budaya lokal, lokasi, dan makanan yang ada di daerah tersebut (Hjalager & Richards, 2002).

1.2. Wisata Kuliner

Menurut Minta Hasanah (2008) Wisata kuliner adalah sebagian dari kegiatan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman khas dari suatu daerah. Wisata kuliner merupakan industri pariwisata yang relatif baru. Berkembang mulai tahun 2011, ketika Erik Wolf mengesahkan berdirinya International Culinary Tourism Association (ICTA). ICTA menawarkan beragam program terkait wisata kuliner yang mengutamakan pendidikan dan pelatihan. Awal 2007, ICTA mulai menyediakan berbagai layanan konsultasi wisata kuliner. Konsultasi terutama untuk solusi terhadap peningkatan permintaan kuliner pada industri pariwisata, selain pemberian konsultasi pada bidang kepemimpinan dalam pengembangan dan pemasaran wisata kuliner. Tahun sebelumnya, para akademisi pariwisata seluruh dunia telah mengadakan penelitian terhadap wisata kuliner. Berbagai penelitian wisata kuliner menemukan hal-hal yang menarik dalam perkembangan industri pariwisata. Wisata kuliner menjadi sebuah industri masa depan industri pariwisata. Bahkan, Lucy Long seorang peneliti dari University Bowling Green, Ohio telah mencetuskan wisata kuliner pada 1998. Kegiatan wisata kuliner memang dipaparkan oleh Long, L. M. pada tahun 2006 dalam bukunya "Culinary Tourism". Kegiatan wisata kuliner meliputi kegiatan mencicipi makanan di restoran-restoran etnik, mengunjungi festival makanan, mencoba makanan pada saat melakukan perjalanan wisata dan juga memasak di rumah. Wisata kuliner adalah suatu perjalanan yang di dalamnya meliputi kegiatan mengonsumsi makanan lokal dari suatu daerah, perjalanan dengan tujuan utamanya adalah menikmati makanan dan minuman dan atau mengunjungi suatu kegiatan kuliner, seperti sekolah memasak, mengunjungi pusat industri makanan dan minuman, serta untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika mengonsumsi makanan dan minuman. (www.digilib.petra.ac.id).

Selanjutnya wisata kuliner adalah Kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa dari makanan dan atau juga untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. (Hall & Sharples, 2003). Pendapat lain mengatakan bahwa wisata kuliner adalah perjalanan wisata yang melibatkan pembelian, konsumsi makanan lokal di tempat tujuan wisata serta berfokus pada adanya keinginan untuk memulai pengalaman wisata melalui kuliner. Pendapat lain mengatakan bahwa wisata kuliner adalah perjalanan wisata yang melibatkan pembelian, konsumsi makanan lokal di tempat tujuan wisata serta berfokus pada adanya keinginan untuk memulai pengalaman wisata melalui kuliner. Kenangan terhadap makanan dan minuman tidak hanya berkontribusi

dalam travel motivation dan perilaku, tetapi juga mempengaruhi pengalaman turis serta persepsi terhadap suatu destinasi wisata (Wolf, 2002). Hal ini mempengaruhi pengalaman yang didapatkan selama berwisata (Choi & Sirakaya, 2005), Menurut Sumarwan, Simanjuntak, dan Yurita (2012), persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap produk akan membentuk preferensi. Preferensi wisatawan berhubungan dengan harapan konsumen. Persepsi dan preferensi akan menentukan niat beli konsumen. Persepsi konsumen berpengaruh positif terhadap sikap dan preferensinya.

1.3. Teori Perilaku

Menurut Hannes Leroy et all (2009) mengemukakan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) yang menyatakan dibutuhkan tiga pilar sebagai anteseden dari intensi, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan persepsi mengenai kemampuan mengendalikan segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut. Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa niat atau minat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh beberapa prediktor, yaitu; sikap (attitude toward the behavior), norma subjektif (subjective norms), dan kontrol perilaku (perceived behavioral control).(Wiani et.al., 2018).Sikap (attitude towards behavior) sikap keyakinan seseorang tentang hasil perilaku tertentu apakah perilaku tersebut mendapat konsekuensi positif atau negatif. Norma subjektif (subjective norm) yaitu persepsi seseorang tentang apakah orang lain atau lingkungan disekitar yang berpengaruh baginya akan menyetujui atau menolak perilaku tersebut.

1.4. Etika dalam Bisnis

Asal usul etika dari asli kata ethos dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (custom) atau karakter (character) (Irham,2014). R.W. Griffin 2005 mengemukakan bahwa etika adalah keyakinan mengenai tindakan yang benar dan salah atau tindakan yang baik atau buruk yang memengaruhi hal lainnya. Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis atautkah berperilaku tidak etis. R.W. Griffin mengemukakan bahwa perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum berkaitan dengan tindakan-tindakan yang bermanfaat dan yang membahayakan. (Nana, 2013)

2. Metode Penelitian

2.1. Tahap persiapan

Langkah-langkah Kegiatan dalam pelaksanaan workshop tentang pembinaan perilaku masyarakat pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung ke Siak, pada kegiatan pembinaan ini prosesnya adalah sebagai berikut:

- a. Membuka pendaftaran bagi masyarakat pengusaha kuliner yang berminat mengikuti pelatihan
- b. Menyeleksi anggota pelatihan
- c. Memilih dan menetapkan anggota pelatihan
- d. Menyurati anggota pelatihan
- e. Melaksanakan Pelatihan

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah perpaduan antara ceramah bervariasi yakni berupa penyampaian materi yang terkait dengan pembinaan perilaku masyarakat pengusaha kuliner kepada 20 orang peserta dan. Selanjutnya memberikan pengetahuan kepada para peserta pelatihan bagaimana sikap kepada wisatawan yang berkunjung ke Siak dan bagaimana cara memajukan wisata kuliner dengan memberikan contoh-contoh daerah wisata kuliner yang telah maju.

2.2. Masyarakat Sasaran

Pelatihan tentang pembinaan perilaku masyarakat pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung di Kota Siak akan diikuti oleh 20 orang peserta pelatihan. Terdiri dari pengusaha kuliner yang berada di Kota Siak dan berminat untuk meningkatkan kreativitas.

2.3. Penyusunan laporan dan Publikasi

Pelatihan ini dilaksanakan pada pada masyarakat pengusaha kuliner di Siak pada tanggal 10 juli 2023, dan selanjutnya dibuat laporan pengabdian ke Fakultas Ekonomi Universitas Riau dan membuat artikel untuk disubmit ke jurnal Internasional.

3. Hasil dan Pembahasan

Daerah Siak memiliki banyak potensi wisata diantaranya adalah wisata kuliner namun sampai saat ini wisata kuliner Siak masih belum berkembang karena perilaku masyarakat pengusaha kuliner masih belum sepenuhnya bagus seperti keramah-tamahan yang masih kurang, Harga yang tidak dicantumkan pada menu yang ditawarkan dan harga yang melambung terhadap wisatawan yang berkunjung. Rasa makanan yang kurang dijaga, dimana masih terdapat makanan yang kurang fresh, kebersihan juga belum diperhatikan dengan baik , Fasilitas yang masih belum memberikan rasa nyaman bahkan tidak memiliki toilet yang dibutuhkan pelanggan, Variasi menu masih terbatas dan Area parkir yang terkadang tidak dimiliki. Agar wisata kuliner Siak dapat berkembang seiring dengan perkembangan wisata kuliner di tempat lain di Indonesia, maka perlu pembinaan perilaku pengusaha kuliner di Siak Sri Indrapura.

3.1. Perilaku pengusaha kuliner terhadap wisatawan yang berkunjung ke Siak.

Di dunia bisnis, etika merupakan unsur yang sangat penting untuk diperhatikan pengusaha kuliner Siak. Pelanggaran etika bisnis merupakan sesuatu yang harus dihindari dalam semua aktivitas bisnis. Karena etika ini mengatur mengenai norma pada proses pengelolaan bisnis serta moralitas yang berlaku menyeluruh. Etika bisnis berperan untuk menciptakan perilaku pada setiap elemen perusahaan, sehingga mampu menciptakan harmonisasi dalam hubungan selalu sehat. Pengusaha kuliner Siak harus menyadari bahwa sekecil apapun pelanggaran etika bisnis, mampu memberikan dampak pada keberhasilan usaha dalam mencapai hasil yang sudah ditargetkan. Adapun bentuk pelanggaran yang masih saja terjadi pada pengusaha bisnis kuliner Siak antara lain:

1) Lamban melayani konsumen

Kelambanan dalam melayani pelanggan masih banyak terjadi pada usaha kuliner di Siak. Rata-rata hal yang menjadi keluhan para pelanggan karna lambatnya pelayanan terhadap konsumen, Seringkali konsumen dibiarkan mencari cari tempat duduk, tanpa ada penyambutan oleh karyawan, sehingga konsumen terkesan dicuekin. Padahal layanan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan saat membangun kepercayaan dan mendorong loyalitas pelanggan. Memenuhi Harapan pelanggan merupakan strategi untuk tujuan yang lebih besar, seperti dituangkan pada riset "*State of the Connected Customer*" 90% pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian berulang setelah mendapatkan pengalaman layanan yang baik. Masih banyak wisatawan yang berkunjung ke siak mengalami pelayanan yang kurang ramah, padahal pelanggan membeli produk tidak hanya menilai kualitas atau harganya saja, tapi juga menilai layanan pelanggan sebuah bisnis tersebut. Karena layanan pelanggan yang kurang ramah juga akan berdampak pada ketidakpuasan pelanggan dan memberikan mereka pengalaman yang buruk. Hal tersebut dapat merugikan bisnis, seperti berkurangnya loyalitas dan customer churn yang lebih tinggi. Hal ini pulalah yang menyebabkan wisatawan yang berkunjung ke Siak enggan untuk mengulangi kunjungan ke tempat tempat wisata kuliner di Siak. Ketika menyajikan makanan terhadap pelanggan, juga terasa lama menunggu bagi para wisatawan, padahal wisatawan pada umumnya memiliki waktu yang terbatas. Hal ini

tentu saja bisa diantisipasi dengan memberikan informasi kepada pelanggan tentang jumlah waktu yang dibutuhkan untuk menyajikan suatu masakan atau dengan memberikan pilihan menu yang sesuai dengan waktu yang dimiliki para wisatawan. Apabila pengusaha kuliner di Siak ingin dikunjungi ulang oleh pelanggan maka harus bersikap ramah terhadap pelanggan dan harus memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.

2) Harga yang tidak jujur

Seringkali wisatawan yang berkunjung ke Siak, tidak mendapatkan harga yang tertera pada menu yang disajikan. Hal ini tentu tidak boleh dilakukan, karena merupakan bentuk ketidakjujuran yang juga sebagai bentuk pelanggaran etika bisnis. Sebab, ada konsumen yang memilih makanan berdasar patokan harga yang tertera pada menu yang disajikan. Sehingga ketika membayar sering pelanggan merasa kemahalan, ketika harga tidak dicantumkan pada menu, hal ini pasti menimbulkan ketidaknyamanan pada pelanggan. Oleh sebab itu pengusaha kuliner Siak dituntut untuk berperilaku jujur kepada para pelanggan dengan mencantumkan harga pada menu yang disajikan.

3) Kurang Jujur dalam Penjualan

Hal ini masih banyak terjadi pada pengusaha kuliner di Siak. Dimana penjual memberikan produk yang berbeda dari gambar yang tertera pada menu kepada calon konsumen. Hal ini tidak boleh dilakukan karena merupakan bentuk pelanggaran etika bisnis. Semua menu yang disajikan kepada konsumen, haruslah sama dengan apa yang dipromosikan dalam semua media promosi. Dengan begitu konsumen tidak akan kecewa dan merasa tertipu karena menu masakan yang mereka lihat saat promosi berbeda dengan yang mereka dapatkan setelah membelinya. Pengusaha kuliner di Siak harus bersikap jujur dalam penjualan makanan sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk kemudian berkeinginan untuk datang lagi pada kesempatan yang akan datang.

4) Rasa makanan yang kurang dijaga

Wisatawan yang berkunjung ke Siak, masih ada yang merasa kecewa dengan kuliner di Siak karena masih dijumpai makanan yang disajikan kurang fresh, rasa yang kurang enak sehingga hal ini dapat menimbulkan rasa kurang puas pada wisatawan. Agar image dari wisatawan baik maka sebaiknya pengusaha kuliner harus benar-benar memperhatikan bahan yang akan disajikan kepada para pelanggan hendaknya bahan-bahan yang masih segar. Sehingga ada kesan baik dari para pelanggan untuk datang lagi pada kesempatan yang akan datang.

5) Kebersihan juga belum diperhatikan dengan baik

Masih banyak warung-warung makan yang terdapat di daerah wisata kuliner Siak yang masih belum memperhatikan kebersihan, karena sebahagian besar daerah wisata kuliner berada pada ruangan terbuka maka sering kali meja-meja tempat makan yang masih diselimuti debu yang berterbangan karena angin dan sampah-sampah daun yang berjatuhan dibiarkan sehingga terkesan kurang bersih. Hal ini mestilah mendapat perhatian bagi pengusaha kuliner agar sesering mungkin membersihkan meja-meja yang berdebu dan membersihkan daun-daun yang berjatuhan di sekitar daerah kulinernya.

6) Fasilitas yang masih kurang memadai

Fasilitas untuk wisata kuliner Siak terlihat masih belum memadai, masih banyak warung-warung makan di sepanjang daerah wisata kuliner yang tidak menyediakan toilet dan ruangan sholat, bahkan masih banyak yang belum memiliki tempat parkir bagi para wisatawan yang berkunjung sehingga hal ini belum memberikan rasa nyaman kepada wisatawan untuk menikmati wisata kuliner di Siak. Hal ini tentunya perlu mendapat perhatian dari pemerintah daerah Siak yakni menyediakan sarana toilet umum untuk wisatawan. Sehingga para wisatawan merasa nyaman mengunjungi wisata kuliner di Siak.

7) Variasi menu masih terbatas

Masih banyak warung-warung makan yang menyajikan menu-menu yang lama dan sama dengan warung-warung makan lainnya, tidak ada inovasi dalam menciptakan menu baru, sehingga menu untuk daerah wisata kuliner turap terkesan biasa saja, tidak ada hal yang istimewa. Sementara wisatawan yang jauh-jauh datang dari daerah lain pastilah berharap ingin mencari sesuatu yang unik, yang tidak ada di daerah mereka. Hal ini perlu mendapat perhatian bagi pengusaha kuliner Siak, Pengusaha kuliner harus mampu berinovasi membuat menu-menu baru yang merupakan ciri khas bagi daerah Siak sehingga nantinya diminati oleh para wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata kuliner Siak.

3.2. Wawasan tentang wisata kuliner bagi pengusaha kuliner di Siak

Pengusaha kuliner di Siak harus mengetahui bahwa kuliner merupakan salah satu daya tarik untuk melakukan kunjungan wisata ke suatu daerah. Wisatawan datang ke suatu daerah kadang kala hanya ingin berburu makanan khas suatu daerah, kuliner juga dapat dijadikan sebagai alat promosi dan pembentuk citra destinasi yang efektif dalam mendorong kepercayaan, pemahaman dan penilaian wisatawan. Dengan mengangkat makanan khas sebagai icon. Wisata kuliner menjadi salah satu keunggulan di sector pariwisata Kabupaten Siak. Wisata Kuliner di Siak merupakan hasil karya manusia sebagai asset budaya yang perlu dipertahankan dan dilestarikan keberadaannya guna menjadi daya tarik pariwisata. Wisata kuliner memiliki potensi pengembangan pariwisata di Kabupaten Siak.

4. Kesimpulan

Prilaku pengusaha kuliner di Siak masih kurang dalam hal pelayanan terhadap pelanggan, kurang ramah dan kurang jujur dalam hal memberikan harga pada menu yang disajikan serta kurang jujur terhadap menu yang disajikan dengan yang ditampilkan dalam foto atau dokumentasi yang disampaikan kepada pelanggan terkadang ada perbedaan, Rasa makanan yang kurang dijaga, Kebersihan juga belum diperhatikan dengan baik, Fasilitas yang masih kurang memadai, serta Variasi menu masih terbatas sehingga hal inilah yang menyebabkan belum berkembangnya wisata kuliner di Siak seperti wisata kuliner di daerah lain di Indonesia. Program pelatihan ini adalah untuk menambah wawasan masyarakat pengusaha kuliner tentang wisata kuliner di Siak sehingga dapat membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri pelaku usaha kuliner.

Daftar Pustaka

- Choi & Sirakaya, Measuring Residents` Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. Journal of Sage Publications, 2455 Teller Road, Thousand Oaks, CA 91320, USA. 2005. Pg. 7
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. Food Preferences of Chinese Tourists. Annals of Tourism Research, 4, 989-1011. 2010. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2010.03.007>
- Chang, H. H., & Wang, H. W. The moderating effect of customer perceived value on online shopping behaviour. Online Information Review, 1468-4527. 2011
- Carunia Mulya Firdausy, ed, Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), h. 60
- Gusti Bagus Arjana. Geografi Pariwisata., 2017. h. 116
- Griffin. Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga. 2005
- Hjalager, A.M. dan Richards, G. Still Undigested: Research Issues In Tourism And Gastronomy. In A.M. Hjalager, G. Richards (eds.), Tourism and Gastronomy. London: Routledge. Available from: www.researchgate.net. 2002. Diakses 23 Februari 2017
- Hall, M. dan Sharples, L. The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann. 2003
- Hannes Leroy et al "Gender Effects On Entrepreneurial Intentions: A Tpb Multigroup Analysis At Factor And Indicator Level "(online) <http://www.ondernemerschap.b.2009>

- Irham Fahmi, Etika Bisnis (Teori, Kasus, Dan Solusi), Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 2.
- John M. Echols, Kamus Inggris Indonesia, Jakarta: PT. Gramedia. 1993. Hal 159
- Minta Harsana. Wisata Kuliner di Yogyakarta: Studi Kasus Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk dan Penyajian Makanan di Taman Kuliner Condongcatur dan Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. 2008
- Nana Herdiana Abdurrahman, Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 279
- Ottenbacher, M. & Harrington, Robert J. A case study of a culinary tourism campaign in Germany: Implications for strategy making and successful implementation *Journal of Hospitality & Tourism Research* 37: 3-28. February 2013. Retrieved March 9, 2015, from <http://www.jht.sagepub.com/doi:10.1177/1096348011413593>
- Simanjuntak, Megawati., Yurita. Persepsi dan Preferensi Iklan Mempengaruhi Niat Beli Anak pada Produk Makanan Ringan. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Agustus 2012, p: 185-195
- Tim Penyusun. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi ketiga. Jakarta: Balai Pustaka
- Titi Soenardi dan Tim Yayasan Gizi Kuliner Indonesia, Teori Dasar Kuliner (Jakarta: Gramedia, 2013. h. 6
- Wulan Ayodya. Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM, (Jakarta: Elex Media Komputindo. 2016. h. 2
- Wolf, E. Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition. Portland, OR: International Culinary Tourism Association. 2002.
- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Di Kabupaten Subang. *Jurnal MANAJERIAL*, 2018 17(2), 227.
- Yuyun Alamsyah. Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional Meraih Untung dari Bisnis Masakan Tradisional Kaki Lima sampai Restoran, (Jakarta: Elex Media Komputindo, .2008. h. 27
- <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.11843>.
- <https://info.populix.co/articles/etika-bisnis/>
- <https://donabisnis.com.2023>
- www.digilib.petra.ac.id
- <https://www.cakaplah.com/berita/baca/93872/2023/01/02/12966-wisatawan-kunjungi-siak-sepanjang-libur-nataru#sthash.zBJAhUNu.dpbs>