

## PROFIL PEDAGANG MAKANAN KAKI LIMA KABUPATEN BUNGO UNTUK MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN BUNGO

Ratih Juwita Novalia<sup>1</sup>, Nurzahra Fathiyabila Wicaksono<sup>2</sup>, Yelvia Prahagia<sup>3</sup>  
Program Studi Pendidikan Vokasional Seni Kulier  
Universitas Muhammadiyah Muara Bungo  
e-mail: <sup>1</sup>ratihjuwita06@gmail.com, <sup>2</sup>Nzahrawicaksono@gmail.com,  
<sup>3</sup>yelviaprahagia24@gmail.com

### ABSTRAK

Banyaknya pedagang makanan kaki lima yang ada di Kabupaten menjadi salah satu potensi pengembangan pariwisata kuliner di Kabupaten Bungo. Dengan adanya pedagang makanan kaki lima di Kabupaten Bungo dapat dijadikan sebagai daya tarik untuk menarik wisatawan

pecinta kuliner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil, keanekaragaman, jenis makanan yang dijual, serta sarana berdagang yang ada di pedagang makanan kaki lima di Kabupaten Bungo dalam mendukung pengembangan pariwisata kuliner Kabupaten Bungo. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei. Lokasi dari penelitian ini adalah pedagang makanan kaki lima di Kota Muara Bungo tepatnya di Taman Pusparagam (lapangan smagor) yang mana ditempat ini banyak terdapat pedagang makanan kaki lima. Teknik pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan tabulasi tunggal. Data yang disajikan berupa gambaran tentang profil pedagang makanan kaki lima kemudian dideskripsikan profil, keanekaragaman, jenis makanan yang dijual, serta sarana berdagang yang di pakai oleh pedagang makanan kaki lima Kabupaten Bungo untuk menunjang pengembangan wisata kuliner di Kabupaten Bungo.

**Kata kunci:** Pedagang Kaki Lima, Makanan, Pariwisata

### ABSTRACT

The number of street food vendors in the Regency is one of the potentials for developing culinary tourism in Bungo Regency. The existence of street food vendors in Bungo Regency can be used as an attraction to attract culinary lovers. The purpose of this study was to determine the profile, diversity, type of food sold, as well as trading facilities available at street food vendors in Bungo Regency in supporting the development of culinary tourism in Bungo Regency. This research is a descriptive research using survey method. The location of this research is street food vendors in Muara Bungo City, precisely in Pusparagam Park (taman smagor), where there are many street food vendors. Data collection techniques using observation techniques, interviews and documentation. Data analysis was performed with a single tabulation. The data presented is in the form of an overview of the profile of street food vendors and then describes the profile, diversity, types of food sold, as well as trading facilities used by street food vendors in Bungo Regency to support the development of culinary tourism in Bungo Regency.

**Keywords :** Street Vendors, Food, Tourism

## PENDAHULUAN

Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2014, pada tahun 2013 ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,05% terhadap PDB nasional atau peringkat ke 7 dari 10 sektor kontributor PDB nasional. Lima kelompok sub sektor ekonomi kreatif yang menjadi penyumbang PDB terbesar: 1) Kuliner (32,51%); 2) Mode (28,29%); 3) Kerajinan (14,44%); 4) Penerbitan dan percetakan (8,11%); dan 5) Desain (3,90%). Sub sektor kuliner yang menjadi penyumbang terbesar dapat digerakkan untuk mengembangkan pariwisata Indonesia.

Berdasarkan analisa Pajak Daerah dari Dinas Pendapatan Kabupaten Bungo pada tahun 2014, pendapatan asli daerah berasal dari restoran usaha jasa boga, dan usaha sejenis lainnya menempati posisi yang tertinggi.

Pedagang makanan kaki lima yang termasuk usaha jasa boga bidang kuliner juga dapat digerakkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Sekitar 2,5 miliar orang di seluruh dunia masih mengonsumsi makanan yang ada di pedagang kaki lima (*Food and Agriculture Organization*, 2007). Hampir dua pertiga (74%) anggota negara *World Health Organization* (WHO) telah melaporkan bahwa makanan yang dijual oleh pedagang kaki lima merupakan bagian penting di kehidupan perkotaan (Fellows dan Hilmi, 2011). Hal tersebut cukup membuktikan bahwa pedagang makanan kaki lima masih menjadi pilihan masyarakat.

Pedagang makanan kaki lima merupakan bagian dari tradisi kuliner setempat (Marras dkk, 2015:21). Berdasarkan paparan diatas makanan yang dijual oleh pedagang makanan kaki lima masih banyak diminati oleh

masyarakat. Sehingga, perlu adanya pembuatan profil pedagang makanan kaki lima untuk menunjang pengembangan pariwisata Kabupaten Bungo.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survei. Hasil penelitian profil pedagang makanan kaki lima Kabupaten Bungo akan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi yang kemudian diinterpretasikan dengan diberi deskripsi yang berfungsi untuk menjelaskan dan menjabarkan maksud dari angka-angka tersebut.

Lokasi penelitian merupakan tempat pelaksanaan penelitian. Kabupaten Bungo memiliki 17 kecamatan, pada penelitian ini diambil 2 kecamatan yang dianggap mewakili dari 17 kecamatan yang ada di Kabupaten Bungo yang dianggap sebagai daerah yang ramai dengan pedagang kaki lima. Dua kecamatan ini adalah Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani. Di Kabupaten Bungo, Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani letaknya berada di dalam kota sehingga dalam penelitian ini peneliti mengambil Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani sebagai tempat untuk pelaksanaan penelitian.

Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi ke lapangan, kemudian melakukan wawancara, dan dokumentasi. Data yang dihasilkan akan di analisis menggunakan teknik tabulasi tunggal.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Identitas Pedagang Makanan Kaki Lima Kabupaten Bungo

Identitas pedagang makanan kaki lima di Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani dapat dilihat jumlah dan karakteristiknya. Untuk menggambarkan identitas pedagang makanan kaki lima di Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani, akan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi berikut ini.

Tabel 1 Identitas Responden

No	Usia	Jenis Kelamin		Jml h
		L	P	
1	10-19	3	0	3
2	20-29	155	44	199
3	30-39	384	112	496
4	40-49	266	99	365
5	>50	49	37	86
No	Pendid. terakhir	Jenis Kelamin		Jml h
		L	P	
6	Tidak Tamat SD	6	3	9
7	SD	327	106	433
8	SMP	252	84	336
9	SMA	261	91	352
10	PT	11	8	19
No	Status Pernikahan	Jenis Kelamin		Jml h
		L	P	
11	Belum menikah	234	34	268
12	Menikah	617	253	870
13	Janda/Duda	6	5	11
Jumlah		857	292	1149
No	Jam Kerja	Jenis Kelamin		Jml h
		L	P	
14	>7	178	114	292
15	7-14	678	176	854
16	14-24	1	2	3
No	Lama Kerja	Jenis Kelamin		Jml h
		L	P	
17	1-4	519	147	666
18	5-9	304	127	431
19	>10	34	18	52

		L	P	
17	1-4	519	147	666
18	5-9	304	127	431
19	>10	34	18	52
Jumlah		857	292	1149

No	Usia	Jenis Kelamin		Jumlah
		L	P	
1	10-19	3	0	3
2	20-29	155	44	199
3	30-39	384	112	496
4	40-49	266	99	365
5	>50	49	37	86
No	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin		Jumlah
		L	P	
6	Tidak Tamat SD	6	3	9
7	SD	327	106	433
8	SMP	252	84	336
9	SMA	261	91	352
10	Perguruan Tinggi	11	8	19
No	Status Perkawinan	Jenis Kelamin		Jumlah
		L	P	
11	Belum Menikah	234	34	268
12	Menikah	617	253	870
13	Janda/Duda	6	5	11
Jumlah		857	292	1149
No	Jam Kerja	Jenis Kelamin		Jumlah
		L	P	
14	>7	178	114	292
15	7-14	678	176	854
16	14-24	1	2	3
No	Lama Kerja	Jenis Kelamin		Jumlah
		L	P	
17	1-4	519	147	666
18	5-9	304	127	431
19	>10	34	18	52

	Jumlah	857	292	1149
--	--------	-----	-----	------

Berdasarkan tabel diatas pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani mayoritas laki-laki dengan di dominasi oleh umur 30-39 tahun dengan status sudah menikah. Laki-laki dengan kelompok umur 30-39 tahun dengan status sudah menikah merupakan kepala keluarga. Kepala keluarga merupakan orang yang bertanggungjawab dan memiliki beban untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya (Lestari, 2017:7). Sulitnya memenuhi kebutuhan hidup memotivasi dan mendorong mereka untuk membuka lapangan kerja sendiri sebagai pedagang makanan kaki lima. Tingkat pendidikan yang rendah dan sulitnya mencari lapangan kerja merupakan salah satu pendorong untuk membuka usaha sebagai pedagang makanan kaki lima. Menurut Sunyoto (2006:50), pedagang kaki lima dapat dianggap sebagai sabuk penyelamat yang dapat menampung kelebihan tenaga kerja.

Mayoritas tingkat pendidikan pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani adalah setingkat SD. Rendahnya tingkat pendidikan pedagang makanan kaki lima membuat produk yang dihasilkan kurang inovatif. Kurangnya inovasi pedagang makanan kaki lima seperti, nasi goreng pedagang satu dengan pedagang lainnya tidak ada variasi, penampilan maupun penyajian yang digunakan juga masih tradisional. Menurut Lazuardi & Triady (2015:33) pendidikan merupakan hal yang utama dalam bidang kuliner, karena pendidikan berperan penting dalam menciptakan orang-orang kreatif dalam industri kuliner. Berdasarkan uraian diatas pendidikan merupakan hal yang penting dalam menciptakan produk kuliner kreatif. Kenyataan dilapangan pedagang

makanan kaki lima memiliki latar belakang pendidikan yang rendah. Tingkat pendidikan yang rendah menyebabkan pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani kurang bisa mendukung produk kuliner yang kreatif.

Pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani terbanyak menghabiskan waktu untuk berdagang selama 7-14 jam/hari. Pedagang makanan kaki lima tidak memiliki jadwal yang tetap. Jam kerja pedagang makanan kaki lima biasa dimulai pada waktu pagi mulai pukul 05.30-10.00. Siang pukul 10.00-16.00 dan malam pukul 18.00-22.00. Jadwal pedagang disesuaikan dengan jam makan. Pedagang makanan kaki lima akan mengakhiri dagangan (makanan) apabila dagangan yang mereka jual sudah habis.

Jam kerja yang tinggi membuat pedagang makanan kaki lima sibuk. Sibuknya pedagang makanan kaki lima dapat mengakibatkan stress, kurang istirahat, dan kurang liburan. Stress, kurang istirahat, dan kurang liburan menyebabkan pedagang makanan kaki lima kurang bisa membuka wawasan untuk membuat produk kuliner inovasi. Menurut Yoeti (2010: 1) tujuan seseorang dalam melakukan perjalanan liburan adalah untuk mencari kegembiraan dan kesenangan, untuk melihat dan menyaksikan sesuatu yang menarik, memperluas wawasan, menimba pengalaman di tempat yang dikunjungi. Berdasarkan uraian diatas liburan dapat memberikan pengalaman dan wawasan baru kepada pedagang makanan kaki lima sehingga dapat memberikan inspirasi untuk membuat kreasi kuliner yang inovatif. Kenyataannya jam kerja pedagang makanan kaki lima yang tinggi mengakibatkan pedagang makanan kaki lima sibuk. Sibuknya pedagang makanan kaki lima membuat mereka kurang

liburan sehingga kurang bisa membuka wawasan untuk menciptakan produk kuliner yang inovatif. Produk kuliner yang kurang inovatif tidak begitu berpengaruh apabila hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan lokal. Berdasarkan survey, penduduk lokal yang berada pada lokasi penelitian merupakan masyarakat lokal dan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian Khairiyah (2016) Mahasiswa menginginkan makanan yang murah dan terjangkau. Apabila produk tersebut digunakan untuk pengembangan pariwisata maka hal tersebut masih kurang menarik. Kurang menarik karena kurangnya sentuhan-sentuhan khusus, sehingga perlu adanya penggalan. Pengembangan produk ini dilakukan dengan menyempurnakan produk yang telah ada (Trigartiansyah & Mulyadi, 2012).

Berdasarkan hasil penelitian jam kerja pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani paling banyak adalah pada sore dan malam hari. Orang lebih banyak memilih menikmati kuliner pada malam hari karena mereka sudah menghabiskan waktunya untuk bekerja mulai dari pagi hingga sore hari. Pada malam hari pedagang makanan kaki lima dapat dilihat sepanjang jalan Pasar Muara Bungo, Taman Hijau, Taman Pusparagam dan Bungo Dani. Jalan tersebut banyak di tempati pedagang makanan kaki lima karena adanya universitas dimana banyak mahasiswa yang bermukim di kawasan tersebut. Mahasiswa dapat dimungkinkan membawa wisatawan (keluarga, teman, maupun sanak saudara) mereka untuk menikmati kuliner yang ada di kawasan tersebut. Tempat kuliner pada malam hari memiliki nilai lebih untuk menarik penduduk lokal maupun wisatawan (Christian, 2010). Taman Pusparagam menarik karena banyaknya pedagang kaki lima pada malam hari yang

membuat jalan Taman Pusparagam menjadi ramai. Pertumbuhan pedagang kaki lima di Taman Pusparagam membuat citra Taman Pusparagam lebih dikenal sebagai wisata Kuliner di Kabupaten Bungo. Berdasarkan uraian diatas pertumbuhan pedagang makanan kaki lima sepanjang jalan Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan citra pariwisata di Kabupaten Bungo.

Masa kerja pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani paling banyak adalah 1-4 tahun. Kurun waktu tersebut membuktikan bahwa pedagang makanan kaki lima trend sekitar 1-4 tahun lalu. 1-4 tahun merupakan waktu yang singkat untuk mendapatkan ketrampilan. Minimnya ketrampilan pedagang makanan kaki lima membuat produk yang dihasilkan kurang kreatif. Kemampuan berfikir yang kreatif dengan waktu dan cara yang lebih produktif dapat dilakukan dengan adanya pelatihan (Elnaga & Imran, 2013). Berdasarkan uraian diatas pengalaman pedagang makanan kaki lima masih cukup singkat. Pengalaman yang cukup singkat perlu didukung dengan adanya pelatihan sehingga mampu menghasilkan produk kuliner yang kreatif.

## **B. Keanekaragaman dan Jenis Makanan Pedagang Makanan Kaki Lima Kabupaten Bungo**

Pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani menjual 112 makanan dari 1.149 pedagang makanan kaki lima. Ada beberapa pedagang makanan kaki lima yang menjual dua, tiga, bahkan empat jenis makanan dalam melakukannya. Berikut adalah keanekaragaman makanan yang dijual oleh pedagang makanan kaki lima.

Tabel 2 Keanekaragam Makanan yang di Jual oleh Responden

No	Jenis Makanan	Frekuensi (f)
1.	Makanan Pokok	11
2.	Makanan Sepinggan	31
3.	Kue atau Jajanan	50
4.	Minuman	18
Jumlah		112

Makanan yang paling mendominasi di pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani adalah kue atau jajanan. Kue atau jajanan merupakan makanan yang paling sering dikonsumsi kapanpun tidak ada batasan waktu. Menurut Mia (2008), sebagai salah satu kue, jajanan pasar kini tak hanya diperoleh di pasar-pasar namun sudah merambah ke toko atau super market. Kebutuhan kue atau jajanan yang tinggi dikarenakan porsinya yang kecil, dapat dimakan berulang, dan tidak mengenyangkan. Meskipun kecil, tapi kue adalah bagian dari atribut tradisi bangsa Indonesia yang perlu dijaga dan dilestarikan, sebagai *local jewel* untuk memajukan pariwisata Indonesia (Alamsyah, 2006).

Tabel 3 Jenis Makanan Paling Banyak di Jual Responden

No	Nama Makanan Pokok	Jumlah
1	Lalapan	162
2	Nasi kuning	6
3	Nasi pecel	54
Jumlah		222

No	Nama Makanan Sepinggan	Jumlah
4	Nasi goreng	170
5	Bakso	65
6	Sate	39
Jumlah		274

No	Nama Kue atau Jajanan	Jumlah
7	Terang bulan	51
8	Sempol	39
9	Martabak	36
Jumlah		126

No	Nama Makanan Sepinggan	Jumlah
10	Es degan	13
11	Es dawet	8
12	STMJ	7
Jumlah		28

Makanan pokok yang paling mendominasi pada pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani adalah lalapan. Lalapan banyak di jual oleh pedagang makanan kaki lima karena proses memasak lalapan yang tidak terlalu lama, selain itu lalapan juga merupakan makanan yang terdiri dari sambal, nasi dengan porsi banyak dan harga yang murah. Lalapan menjadi makanan pokok yang paling banyak



diminati karena mayoritas penduduk di Kabupaten Bungo merupakan mahasiswa. Penduduk pendatang Kabupaten Bungo sebagian besar berasal dari pedagang, pekerja, pelajar dan juga mahasiswa. Ada ribuan mahasiswa perguruan tinggi negeri dan swasta di Kabupaten Bungo. Adanya mahasiswa dapat dimungkinkan membawa wisatawan (keluarga, teman, maupun sanak saudara) mereka untuk menikmati lalapan yang ada di kawasan tersebut. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisata adalah dengan adanya pengembangan produk (Trigartiansyah & Mulyadi, 2012). Pengembangan produk yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan kesan yang unik pada wisatawan perlu adanya modifikasi pada lalapan sehingga dapat mencirikan ikon kuliner Kabupaten Bungo. Modifikasi yang perlu dilakukan misalnya lalapan dengan sambal rasa bakso, lalapan dengan sambal tempe dll.

Makanan sepinggan yang paling banyak dijual oleh pedagang makanan kaki lima adalah nasi goreng. Dari segi banyaknya makanan yang dijual, nasi goreng merupakan makanan yang mendominasi diantara makanan-makanan yang lainnya. Suasana Muara Bungo yang sedikit panas tidak membuat nasi goreng menjadi makanan yang tidak banyak di minati. Biasanya di malam hari seseorang lebih memilih tidak memasak dan membeli makanan diluar sehingga nasi goreng memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dan anak-anak. Menurut Windue Nuryantie, ketuapanitia World Conference Culture, Education and Science (Wisdom) menyebutkan untuk mendongkrak kunjungan wisatwan perlu adanya produk baru agar tidak mengalami product fatigue, keletihan produk (Kompas, 2010). Nasi goreng dapat dijadikan sebagai ikon untuk mendukung pariwisata Kabupaten Bungo dengan adanya inovasi produk. Inovasi

produk yang dapat dilakukan dapat berupa adanya penambahan ikon produk makanan khas yang ada di Kabupaten Bungo misalnya nasi goreng rasa bakso, nasi goreng kripi tempe dll.

Kue atau jajanan yang paling banyak dijual adalah Pisang Sale. Pisang sale banyak dijual oleh pedagang makanan maupun toko kelotong karena permintaan masyarakat yang tinggi. Tingginya permintaan pisang sale dikarenakan rasa pisang sale yang manis, lezat, dan harganya cukup terjangkau. Rasa yang khas, pisang sale dapat dijadikan sebagai ikon kuliner untuk mengembangkan pariwisata Kabupaten Bungo. Menurut Martina & Adimulya (2013) upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisata adalah dengan melakukan inovasi produk wisata yang dimiliki. Pisang sale dapat dijadikan ikon kuliner dengan adanya inovasi produk. Inovasi terang bulan yang dapat dilakukan dapat berupa tampilan atau bentuk pisang sale seperti pisang sale dengan tampilan tugu Kabupaten Bungo.

Minuman yang paling banyak di jual oleh pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani adalah es cendol dawet. Es cendol dawet banyak di jual di siang hari karena rasanya yang segar melepas dahaga. Terik matahari yang panas membuat es cendol dawet banyak diminati. Menurut Abdillah (2017) menyebutkan bahwa produk-produk budaya local berkembang lebih pesat secara sekuler dengan inovasi-inovasi kreatif untuk memenuhi kepuasan pasar wisatawan. Es cendol dawet dapat dijadikan sebagai produk kuliner Kabupaten Bungo dengan adanya inovasi produk. Inovasi es cendol dawet yang dapat dilakukan adalah dengan membuat es cendol dawet yang dipadukan dengan ikon yang ada di

Kabupaten Bungo misalnya es degan rasa buah seperti durian.

Berdasarkan uraian diatas, pedagang makanan kaki lima kurang kreatif dalam menunjang kuliner Kabupaten Bungo. Makanan yang dijual oleh pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani meliputi nasi goreng, lalapan, pisang sale, dan es cendol dawet. Nasi goreng, lalapan, pisang sale, dan es cendol dawet bukan merupakan makanan yang mencirikan kuliner Kabupaten Bungo. Makanan tersebut dapat dijadikan ikon kuliner Kabupaten Bungo dengan adanya inovasi produk. Menurut Lazuardi dan Triady (2015:60) aspek yang menjadi nilai utama untuk mengembangkan kuliner adalah: a) Keanekaragaman makanan yang bervariasi; b) Produk kuliner yang memiliki nilai-nilai budaya yang dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dalam menciptakan kreasi; c) Kekayaan cita rasa makanan Indonesia; d) Kekayaan dan keanekaragaman bahan baku kuliner Indonesia yang bisa diolah dengan kreasi baru; e) Keunikan penyajian makanan Indonesia yang sangat menarik dan bahkan memiliki cerita dibalik setiap penyajian; f) Beberapa masakan tradisional Indonesia mendapatkan pengakuan Internasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggalan dan inovasi produk terhadap makanan yang dijual oleh pedagang makanan kaki lima di Kabupaten Bungo perlu dilakukan agar dapat meningkatkan pengembangan pariwisata kuliner di Kabupaten Bungo.

### C. Sarana Berdagang Pedagang Makanan Kaki Lima Kabupaten Bungo

Sarana berdagang merupakan salah satu penunjang yang digunakan pedagang makanan kaki lima dalam melakukan aktifitas usahanya. Sarana berdagang pedagang makanan kaki lima

di Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Sarana Berdagang Responden

No	Sarana Berdagang	Jumlah
1	Kios	19
2	Warung semi permanen	163
3	Gerobak/ Keretadorong	784
4	Jongko/ Meja	15
5	Gelaran/ alas	25
6	Pikulan/ Keranjang	4
7	Sepeda	124
8	Mobil	15
Jumlah		1149

Sarana berdagang pedagang makanan kaki lima di Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani mayoritas berupa gerobak atau kereta dorong. Sarana berdagang tersebut banyak digunakan oleh pedagang makanan kaki lima di Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani karena sarana tersebut merupakan sarana yang paling mudah untuk digunakan. Sarana gerobak atau kereta dorong dapat digunakan untuk berkeliling maupun bermukim. Pedagang makanan kaki lima yang menggunakan gerobak atau kereta dorong memiliki kesempatan lebih besar pedapatannya, karena mereka memiliki kesempatan lebih banyak dalam menawarkan barang dagangannya. Menurut Darojati (2014:12) pedagang kaki lima juga lebih inovatif dalam mengembangkan usahanya, berkeliling menggunakan gerobak dorong tak lagi menja disatu-satunya jalan untuk menjajakan dagangan, inovasi yang dilakukan oleh pedagang makanan kaki lima adalah dengan mendirikan tenda yang dilengkapi dengan meja, kursi, dan tikar yang disulap menjadi warung tenda.

Konsumen tidak hanya membeli barang dagangan lalu pulang, namun dapat menikmati makanan langsung



ditempat. Suasana khas jika makan di pinggir jalan kerap disukai konsumen dalam mengonsumsi makanan kaki lima. Menurut Abdillah (2017) menyebutkan bahwa produk-produk budaya local berkembang lebih pesat secara sekuler dengan inovasi-inovasi kreatif untuk memenuhi kepuasan pasar wisatawan. Agar dapat menarik wisatawan perlu adanya citra dan kesan yang baik. Kesan dan citra yang baik tersebut dapat dilakukan dengan adanya sebuah modifikasi dan peningkatan kebersihan pada pedagang makanan kaki lima Kecamatan Pasar Muara Bungo dan Kecamatan Bungo Dani. Modifikasi tersebut dapat dilakukan misalnya membuat gerobak bertemakan ikon Muara Bungo seperti gerobak sketsa ikon Kota Muara Bungo, gerobak sketsa kesenian Muara Bungo, dll.

## KESIMPULAN

Dari informasi yang diperoleh, makadapat disimpulkan bahwa pedagang makanan kaki lima kurang berpotensi dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Bungo. Agar dapat mendukung pengembangan pariwisata dari segi identitas perlu adanya pelatihan pedagang makanan kaki lima, dari segi keanekaragaman, jenis, dan sarana yang ada di pedagang makanan kaki lima perlu adanya inovasi dan sentuhan-sentuhan yang dilakukan agar pedagang makanan kaki lima Kabupaten Bungo dapat menunjang pengembangan pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Y. 2017. *Inovasi dan Pengembangan Produk Ukm Handikraf Untuk Pasar Pariwisata di Bali*. Skripsi. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. (Online),

(<http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/article/viewFile/637/905>), diakses 12 September 2017.

Alamsyah, Y. 2006. *Warisan Kuliner Nusantara Kue Basah dan Jajan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Christian, H. 2010. *Photo Book Kehidupan Kuliner Malam Cibadak Bandung*. Skripsi. Bandung: Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Maranatha. (Online), ([http://repository.maranatha.edu/11211/3/0664043\\_Chapter1.pdf](http://repository.maranatha.edu/11211/3/0664043_Chapter1.pdf)), diakses 5 September 2017.

Darojati, F. 2014. *Strategi Penghidupan Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Malioboro, Kota Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada. (Online), (<http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=download&sub=DownloadFile&act=view&typ=html&id=67815&ftyp=po>), diakses pada 17 September 2017.

Fellows, P. & Hilmi, M. 2011. *Selling Street and Snack Foods*. Roma: FAO. (Online), (<http://www.fao.org/docrep/015/i2474e/12474e00.pdf>), diakses 6 Maret 2017.

*Food and Agriculture Organization of the United Nations*. 2007. *School Children and Street Food*. (Online), (<http://www.fao.org/AG/magazine/0702sp1.htm>), diakses 6 Maret 2017.

Halo Malang. 27 Februari 2014. *Malang Nominasi Kota Kreatif Unesco Bidang Tata Boga*. (Online), (<http://halomalang.com/news/malang-nominasi-kota-kreatif-unesco-bidang-tata-boga>), diakses 7 Maret 2017.

- Khairiyah, E, L. 2016. *Pola Makan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Syarif Hidayatullah (Online), (<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34273/1/EVI%20LUTHFIAH%20KHAIRIYAH-FKIK.pdf>), diakses 23 September 2017.
- Kompas. 9Oktober 2010. *Pariwisata Indonesia Jauh Ketinggalan*. (Online), (<http://nasional.kompas.com/read/2010/10/19/21091083/pariwisata.indonesia.jauh.ketinggalan.>), diakses 7 September 2017.
- Kota Malang Dalam Angka. 2016. Badan Pusat Statistik Kota Malang. (Online), (<http://malangkota.go.id/wpcontent/plugins/pdfviewer/stable/web/viewer.html?file=http://malangkota.go.id/wp-content/uploads/2017/06/Kota-Malang-Dalam-Angka-2016.pdf>), diakses 12 September 2017.
- Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2014. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (Online), (<http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/LAPORAN%20KINERJA%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20TAHUN%202014%20v4.pdf>), diakses 15 Desember 2016.
- Lazuardi, M. & Triady, M, S. 2015. *Ekonomi Kreatif Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT Republik Solusi.
- Lestari, D. 2017. *Strategi Pemenuhan Kebutuhan Hidup Keluarga Sopir Angkutan Barang(Studi Pada Sopir Angkutan Barang PT. Sekarsindo Sejahtera Harapan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)*. Skripsi. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. (Online), (<http://digilib.unila.ac.id/26163/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>), diakses 11 September 2017
- Liputan 6. 31 Maret 2016. *Malang akan Jadi Kota Kreatif Dunia*. (Online), (<http://regional.liputan6.com/read/2471040/malang-akan-jadi-kota-kreatif-dunia>), diakses 7 Maret 2017.
- Marras, dkk. 2015. *Street Food Culture, Economy, Health, and Governance*. New York: Routledge 2 Park Square. (Online), (<https://www.routledge.com/Street-Food-Culture-economy-health-and-governance/Cardoso-Companion-Marras/p/book/9781138023680>), diakses 9 Maret 2017.
- Martina, S. & Adimulya, R. P. 2013. *Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta*. Jurnal Khasanah Ilmu Vol. 4. (Online), (<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/viewFile/509/402>), diakses 2 Oktober 2017.
- Mia. 2008. *Aneka Jajanan Pasar*. (Online), ([www.banjarmasinpost.co.id](http://www.banjarmasinpost.co.id)), diakses 07 September 2017.
- Sunyoto, U. 2006. *Malioboro*. Yogyakarta: PT Mitra Tata Persada Dan Bappeda Kota Yogyakarta
- Soenardi, T. & Tim Yayasan Gizi Kuliner Indonesia. 2013. *Teori Dasar Kuliner: Teori Dasar untuk Siswa, Peminat, dan Calon Profesional*. Jakarta: Gramedia.
- Trigartiansyah, R. & Mulyadi, H. 2012. *Pengembangan Produk Wisata*

*Dengan Menggunakan Teknik  
Tourism Opportunity Spectrum  
Terhadap Keputusan Berkunjung  
(Survei Pada Pengunjung Cukang  
Taneuh/Green Canyon Kabupaten  
Ciamis). Jurnal Tourism and*

*Hospitality Essentials, Vol.II.  
(Online),  
([http://ejournal.upi.edu/index.php/th  
ejournal/article/download/1933/131  
8](http://ejournal.upi.edu/index.php/th<br/>ejournal/article/download/1933/131<br/>8)), diakses pada 6 September  
2017.*