

PKM Bisnis Kuliner Berkelanjutan Bagi Pengusaha Kuliner di Sidoarjo, Jawa Timur

¹Ismayanti, ²Ina G Djamhur

^{1,2}Program Studi Pariwisata, Universitas Sahid, Jakarta

E-mail: ¹ismayanti_istanto@usahid.ac.id, ²ina_djamhur@usahid.ac.id

ABSTRAK

Pelaku usaha kuliner di Sidoarjo dimulai dari usaha rumahan dengan manajemen bisnis sederhana dan kesulitan memperpanjang usia bisnis sehingga muncul kebutuhan bimbingan teknis (bimtek) Bisnis Kuliner Berkelanjutan. Bimtek ini bermitra dengan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (Dispora) Sidoarjo dan Direktorat Pengembangan SDM, Kememparekrif RI dengan tujuan bimtek untuk menguatkan usaha kuliner agar berkelanjutan dan mempraktikkan tips bisnis kuliner berkelanjutan. Peserta sebanyak 69 orang merupakan pemilik usaha dan entusiast kuliner. Mereka hadir mengikuti diskusi, tanya jawab, simulasi dan evaluasi. Materi yang diberikan tentang manfaat bisnis kuliner berkelanjutan, produksi lokal produk lokal, perdagangan adil, kemasan ramah lingkungan, jejak kuliner, susut pangan dan limbah makanan serta pemasaran digital melalui cerita makanan. Bimtek berhasil meningkatkan pemahaman peserta sebesar 25 persen yang dibuktikan dari hasil *pretest* dan *post-test*. Setelah bimtek, partisipan memahami alasan ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan memproduksi lokal produk lokal. Mereka juga bersepakat untuk melakukan perdagangan adil seperti: selalu transparan, menghormati lingkungan serta peduli karyawan. Aneka kemasan ramah lingkungan menjadi pilihan jika bisnis kuliner ingin lestari. Peserta menyadari bahwa harga makanan semakin mahal jika jarak makanan semakin jauh, susut pangan dan limbah makan terjadi karena praktik buruk dari awal bahan makanan dihasilkan hingga proses pengolahan menjadi masakan. Luaran lain dari bimtek adalah kesepakatan tiga kuliner unggulan Sidoarjo untuk masakan dan kuliner oleh-oleh serta kemampuan peserta untuk membuat konten cerita makanan sebagai bahan promosi produk secara digital. Pada akhirnya, tips bisnis kuliner berkelanjutan dibagikan untuk diimplementasikan.

Kata kunci : *bisnis kuliner berkelanjutan, produk lokal, perdagangan adil, jejak kuliner, susut pangan dan limbah makanan, cerita makanan*

ABSTRACT

Culinary business actors in Sidoarjo started from home businesses with simple business management and had difficulty extending business life. There is a necessity for technical guidance or Bimtek on Sustainable Culinary Business. The event was supported by Dispora Sidoarjo and the Directorate of HRD, Ministry of Tourism and Creative Economy. The purpose is to strengthen the principles of sustainable culinary business and practice sustainable culinary business tips. 69 participants, who are culinary entrepreneurs, attended discussions, questions and answers, simulations and evaluations. The material provided was about the benefits of sustainable culinary business, local produce local products, fair trade, environmentally friendly packaging, food miles, food loss and waste as well as food stories marketing. Bimtek succeeded in increasing participants' understanding by 25 percent as proven by the pretest and post-test results. Participants understood the economic, social, cultural and environmental reasons for producing local products. They also agreed to conduct fair trade such as: always be transparent, respect the environment and care for employees. Various environmentally friendly packaging is also an option if the culinary business wants to be sustainable. Participants realized that food prices get more expensive if the distance between food is getting farther, food lost and waste occur due to bad practices from the beginning of raw materials produced to the processing process into cooking. Another output is the agreement

of top three Sidoarjo culinary for cuisine and culinary souvenirs as well as the ability of participants to create food story content for product promotion digitally. In the end, sustainable culinary business tips are shared to be implemented.

Keywords: *sustainable culinary business, local produce local products, fair trade, food miles, food loss and waste, food stories*

1. PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia yang ditunjukkan dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan nilai ekspor ke mancanegara. Tahun 2018, tiga sub-sektor utama yang memberikan kontribusi terbesar yaitu subsektor kuliner, subsektor kriya dan subsektor fesyen, khususnya sub-sektor kuliner berkontribusi sebesar 41,7 persen (Narariya & Simanjuntak, 2021) namun masih banyak tantangan dalam subsektor kuliner terutama saat pandemi, baik dari produk makanan maupun produk minuman, terutama masalah keberlanjutan. Implementasi pembangunan berkelanjutan di Indonesia pun masih menjadi tantangan karena terjadi kesenjangan dalam pemahaman masyarakat terutama sub-sektor kuliner tentang pembangunan berkelanjutan dan implementasinya dalam usaha kuliner mereka. Survey Derajat Pemahaman Publik tahun 2021 bahwa kelompok bisnis masih menganggap implementasi pertumbuhan hijau (*green growth*) dan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menjadi beban atau biaya bagi usaha, pendanaan belum dianggap sebagai investasi sehingga pengeluaran yang dilakukan oleh usaha menjadi sia-sia bagi keberlangsungan usaha (Cahyadi et al., 2021).

Sektor kuliner juga menjadi sorotan dunia terutama berkaitan dengan implementasi pertumbuhan hijau dan pembangunan berkelanjutan mengingat sektor ini menjadi salah satu penyumbang limbah di dunia. Tahun 2019 diketahui sepertiga dari makanan yang diproduksi untuk konsumsi manusia, hilang dan

terbuang antara proses panen hingga proses konsumsi, dimana 26 persen dihasilkan dari usaha kuliner (UN Environment Program, 2021). Indonesia menjadi negara nomor tiga terbesar di dunia dalam FLW pada tahun 2000-2019 mencapai 23-48 ton per tahun setara dengan kehilangan ekonomi sebesar 213-551 triliun rupiah per tahun atau setara dengan 4%-5% PDB Indonesia per tahun (Bappenas, 2021). Ini merupakan satu contoh kerugian besar akibat belum optimalnya penerapan pertumbuhan hijau dan pengembangan berkelanjutan.

Kini, sudah waktunya untuk pengusaha kuliner Indonesia untuk berubah dengan mulai memahami secara tepat tentang pertumbuhan hijau (*green growth*) dan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) serta mengimplementasikannya di usaha kuliner masing-masing. Melalui bimbingan teknis (bimtek) ini, para pelaku usaha kuliner diharapkan mampu:

1. Menunjukkan manfaat penerapan pembangunan berkelanjutan bagi usaha kuliner.
2. Melaksanakan aksi berkelanjutan di usaha kuliner masing-masing.

2. PERMASALAHAN MITRA

Kabupaten Sidoarjo di Jawa Timur berada di jalur perlintasan dan menjadi tempat transit bagi para pelancong menuju kota Surabaya. Daerah ini dikenal sebagai basis ekonomi agraris yang diarahkan sebagai sentra industri kreatif. Sebagai kota satelit, kota Sidoarjo dihuni oleh banyak keluarga muda pekerja di Surabaya yang sering mencari makan

daripada memasak sendiri. Persaingan antar pelaku usaha pun bertambah ketat dan mereka berlomba menawarkan hidangan makanan dan minuman (mamin) yang terjangkau. Pelaku usaha juga berkreasi meracik menu populer dalam bentuk paket mamin yang diminati warga.

Kota ini pun menjadi magnet bagi pengusaha kuliner akibat bertambahnya kebutuhan masyarakat terhadap kuliner, meskipun kontribusi usaha akomodasi dan kuliner pada tahun 2019-2023 hanya sebesar 3,5 persen dari total Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Sidoarjo (Biro Pusat Statistik, 2024).

Pelaku usaha kuliner di Sidoarjo tergolong usaha kecil dan menengah (Disperindag, 2022), dimulai dari usaha rumahan dengan manajemen bisnis sangat sederhana. Produk berbasis hasil laut menjadi ikon kota Sidoarjo seperti: lontong kupang, aneka olahan ikan bandeng (bandeng asap, otak-otak bandeng), kerupuk udang dan petis (Kemenparekraf, 2021). Kelancaran penjualan menjadi fokus utamanya dan belum memikirkan keberlanjutan di masa depan. Inilah permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner. Dari data BPS diketahui tingkat pertumbuhan usaha akomodasi dan penyediaan makanan minuman hanya sebesar 5,2 persen per tahun (Biro Pusat Statistik, 2024). Ragam tantangan tentang kelestarian pun dihadapi, diantaranya terkait pemasaran dan akses pasar. Persyaratan produk yang ketat untuk masuk ke pasar modern, penetapan harga yang rendah hingga sistem pembayaran berjangka (Astuti, 2023) membuat usaha kuliner di kota ini menghadapi kesulitan memperpanjang usia usaha sehingga kebutuhan pembelajaran tentang bisnis kuliner berkelanjutan agar pertumbuhannya meningkat dan inovasi kewirausahaan bertumbuh.

3. METODOLOGI

Bimtek tentang bisnis kuliner berkelanjutan diberikan kepada pengusaha kuliner kelas usaha kecil dan menengah di Sidoarjo sebanyak 69 peserta. Persyaratan peserta adalah: pemilik usaha kuliner dan/atau peminat usaha kuliner dalam satu tahun mendatang. Bimtek dilaksanakan selama dua hari pada bulan Februari 2024.

Metode bimtek menggunakan dua pendekatan, diskusi tanya jawab, simulasi dan evaluasi. Keberhasilan bimtek diukur dari *Pre-test* sebelum materi diberikan dan *Post-test* setelah praktik dilakukan. Materi yang diberikan merupakan uji coba modul usaha kuliner hijau berkelanjutan (Ismayanti, 2023).

Dalam diskusi tanya jawab, materi yang disampaikan meliputi: prinsip dan manfaat berkelanjutan di usaha kuliner,. Pada materi prinsip dan manfaat berkelanjutan di usaha kuliner, peserta diajak untuk memahami kegiatan prinsip berkelanjutan yang meliputi manfaat ekonomi, manfaat sosial dan manfaat budaya, sesuai dengan aspek dalam pembangunan berkelanjutan 2030



Gambar 1. Kegiatan Bimtek Bisnis Kuliner Berkelanjutan di Sidoarjo
Sumber: Koleksi Pribadi (2024)

Sementara dalam simulasi, materi ragam aksi bisnis kuliner berkelanjutan diberikan diantaranya:

- a. Memproduksi lokal, produk lokal.

Peserta berdiskusi untuk menentukan top 3 kuliner di Sidoarjo berdasarkan jenisnya yaitu: masakan, minuman, kudapan dan kuliner oleh-oleh menggunakan format berikut



Gambar 2. Format Top 3 Kuliner Sidoarjo
Sumber: (Ismayanti, 2024)

- b. Melakukan perdagangan adil.

Peserta berdiskusi tentang langkah-langkah dan contoh-contoh perdagangan adil di usaha kuliner.

- c. Memilih kemasan ramah lingkungan.

Aneka kemasan kuliner ramah lingkungan berbahan kertas *foodgrade*, kain/kanvas, anyaman, kardus, bambu, daun, bioplastik, kaca dan kaleng dicontohkan untuk dipilih sesuai jenis makanan dan minuman. Kelokalan menjadi keutamaan dalam menentukan kemasan yang digunakan agar biaya produksi wajar.

- d. Menurunkan jejak kuliner, susut pangan dan limbah makanan.

Peserta diarahkan untuk menekan jejak karbon yang mempengaruhi beban produksi, juga mengurangi susut pangan dan limbah makanan akibat proses produksi dan perlakuan penyediaan makanan minuman yang buruk.

- e. Memasarkan produk melalui cerita makanan.

Peserta harus langsung mempraktikkan cara mempromosikan produk kuliner melalui cerita makanan menggunakan media digital. Setiap cerita makanan yang disampaikan peserta melalui

<http://bit.ly/ceritamakananmu>



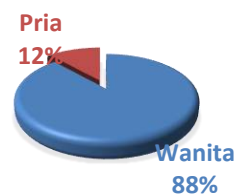
Gambar 3. Laman Padlet untuk Tampilan Cerita Makanan

Sumber: <http://bit.ly/ceritamakananmu>

Bimtek diakhiri dengan tips bisnis kuliner berkelanjutan dan swa-konsultasi bagi pengusaha kuliner yang ingin menindaklanjutinya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

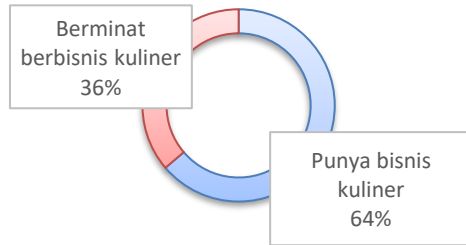
Bimtek Bisnis Kuliner Berkelanjutan di Sidoarjo ini diikuti oleh 88 persen peserta wanita dan sisanya 12 persen adalah pria. Hal ini menjadi cerminan bahwa usaha kuliner di Sidoarjo dimulai dari kuliner rumahan yang dikerjakan oleh ibu rumah tangga.



Gambar 4. Profil Gender Peserta Bimtek
Sumber: Data Olahan (2024)

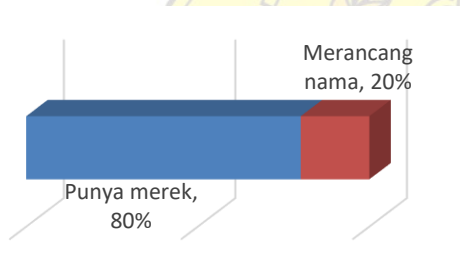
Peserta yang hadir adalah *entusiast* kuliner dimana 64 persen sudah memiliki bisnis kuliner usaha kecil dan menengah, dan sisanya 36 persen berminat memiliki usaha kuliner dalam satu tahun mendatang. Fakta ini menunjukkan bahwa

potensi bisnis kuliner di Sidoarjo terbuka dan diminati oleh masyarakat.



Gambar 5. Kepemilikan Usaha Kuliner Peserta Bimtek
Sumber: Data Olahan (2024)

Peserta yang hadir, baik yang sudah memiliki usaha kuliner maupun yang berminat berbisnis kuliner, menyadari pentingnya merek dagang. 80 persen telah memiliki merek dagang dan 20 persen mempersiapkan nama bisnis mereka.



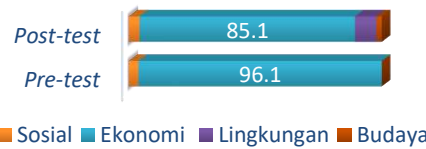
Gambar 6. Merek Dagang Peserta Bimtek
Sumber: Data Olahan (2024)

Bimtek ini bertujuan untuk memicu pemahaman bisnis kuliner berkelanjutan dan mengimplementasikannya dalam usaha mereka. Tujuan ini tercapai dengan terjadinya peningkatan pemahaman tentang bisnis kuliner berkelanjutan yang dievaluasi melalui *Pre-test* dan *Post-test*. Nilai rata-rata hasil *Post-test* sebesar 89 dari total 100 poin, meningkat sebesar 25 persen dari nilai rata-rata hasil *Pre-test* sebesar 73 dari total 100 poin.

Hasil bimtek mengukur pemahaman dari setiap sub-materi sebagai berikut:

1. Manfaat bisnis kuliner berkelanjutan
Secara prinsip ada empat manfaat bisnis kuliner berkelanjutan yaitu

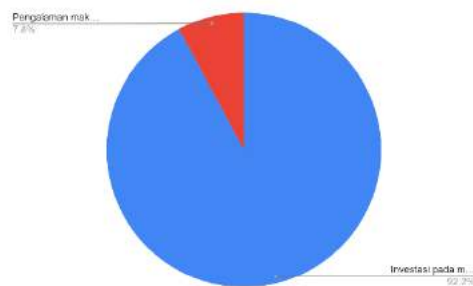
secara ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan (Ismayanti, 2023). Peserta memahami bahwa jika melakukan bisnis kuliner berkelanjutan, maka mereka dapat membuka peluang pekerjaan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat seperti pilihan jawaban peserta pada saat *Pre-test* dan *Post-test*.



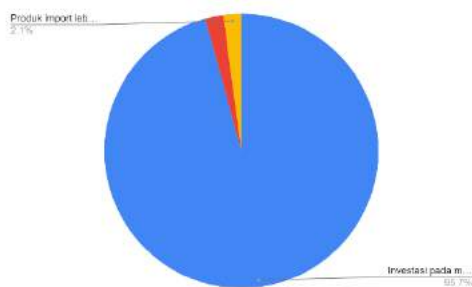
Gambar 7. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* tentang Manfaat Bisnis Kuliner Berkelanjutan
Sumber: Data Olahan (2024)

2. Alasan memproduksi produk lokal

Bisnis kuliner berkelanjutan dapat berlangsung jika produsen memproduksi produk dengan bahan baku lokal. Peserta bimtek memahami keuntungan dari produk lokal diantaranya: produk lebih segar, makanan lokal lebih bergizi, mengurangi jejak karbon dan mendukung perekonomian masyarakat setempat (Firdhani, 2021). Hal ini terbukti dari hasil *Pre-test* dan *Post-test*, mayoritas peserta memilih alasan memproduksi makanan lokal adalah investasi pada masyarakat setempat.



Gambar 8. Hasil *Pre-test* tentang Alasan memproduksi produk lokal
Sumber: Data Olahan (2024)



Gambar 9. Hasil tentang Alasan memproduksi produk lokal
Sumber: Data Olahan (2024)

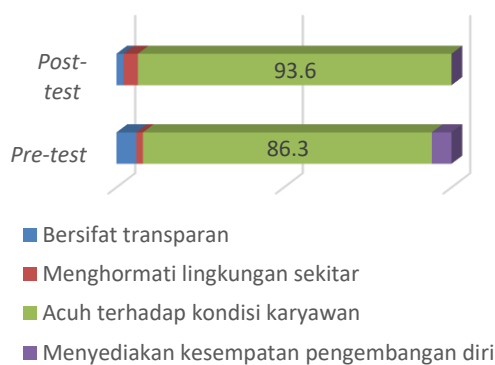
Diskusi tentang *local produce local product* menghasilkan kesepakatan bersama tentang tiga kuliner unggulan di Sidoarjo. Hal ini penting agar menjadi daya saing sekaligus pembeda dari daerah-daerah lain. Penetapan tiga kuliner unggulan, dimulai dari masakan, kudapan, minuman hingga kuliner oleh-oleh. Tiga kuliner unggulan untuk masakan disepakati adalah Kupang Lontong, Rujak Cingur, Sate Kerang. Tiga kuliner unggulan untuk oleh-oleh yaitu Otak-otak Bandeng, Kerupuk Udang dan Petis Udang.

3. Perdagangan Adil

Perdagangan adil adalah gerakan untuk menarik perhatian terhadap etika konsumsi yang bertujuan meningkatkan kehidupan produser dan mempromosikan tujuan sosial untuk manfaat bersama dengan konsumen. Manfaatnya nyata terutama untuk pembangunan kapasitas berkelanjutan jangka panjang (Ribeiro-Duthie et al., 2021; World Fair Trade Organization, 2013).

Awalnya 86 persen peserta yang memahami bahwa acuh terhadap kondisi kerja karyawan di bisnisnya bukan merupakan kegiatan perdagangan adil dalam bisnis kuliner. Namun setelah mendapat

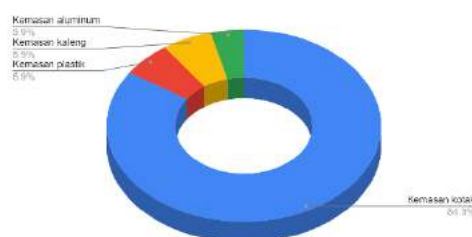
penjelasan lebih lanjut, hasil *Post-test* menunjukkan 94 persen peserta memahami bahwa ketidakpedulian pemilik bisnis terhadap kondisi kerja karyawan, seperti: tidak menyediakan ruang kerja yang aman dan memberikan waktu istirahat yang cukup, merupakan praktik perdagangan tidak adil dalam bisnis kuliner berkelanjutan.



Gambar 10. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* tentang Contoh Perdagangan Tidak Adil
Sumber: Data Olahan (2024)

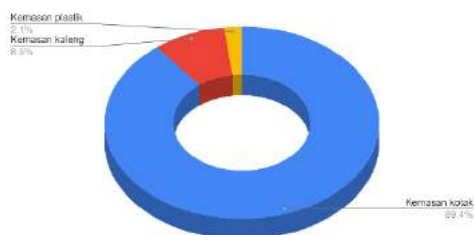
4. Kemasan Ramah Lingkungan

Kemasan ramah lingkungan menjadi bagian penting dalam bisnis kuliner berkelanjutan (Nugraha, 2022). Contoh kemasan kuliner ramah lingkungan didiskusikan dengan peserta. Kemasan kotak dipahami oleh 84 persen peserta sebagai kemasan ramah lingkungan pada saat *Pre-test*.



Gambar 11. Hasil *Pre-test* tentang Kemasan Ramah Lingkungan
Sumber: Data Olahan (2024)

Namun saat *Post-test*, 97 persen peserta memahami bahwa kemasan kotak dan kemasan kaleng sama-sama merupakan kemasan ramah lingkungan karena keduanya dapat didaur ulang.

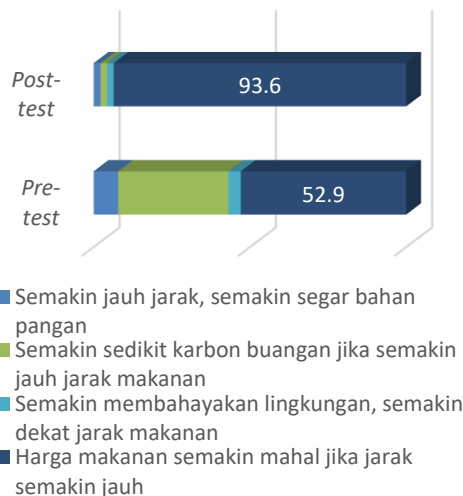


Gambar 12. Hasil *Post-test* tentang Kemasan Ramah Lingkungan
Sumber: Data Olahan (2024)

5. Jejak kuliner dan jejak karbon makanan

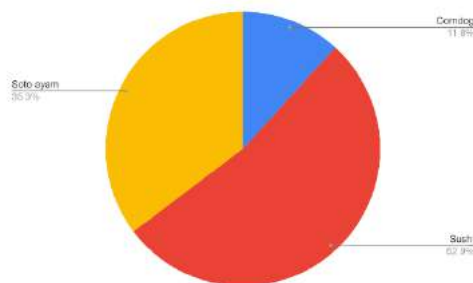
Pemahaman tentang jejak kuliner penting bagi keberlanjutan bisnis kuliner, bahkan kini banyak aplikasi yang membantu menghitung jarak perjalanan makanan dari tempat ditanam hingga masakan disantap di usaha layanan makanan minuman. Semakin jauh jarak makanan, semakin kurang segar bahan baku dan semakin mahal harga serta membahayakan lingkungan karena emisi karbon dari pengiriman bahan masakan.

Awalnya, prinsip tersebut hanya dimengerti oleh 53 persen peserta. Namun setelah diskusi lebih lanjut, saat *Post-test*, 94 persen peserta semakin memahami jejak kuliner dan membuat mereka beritikad untuk menggunakan bahan baku lokal yang berdampak pada harga jual kelak.



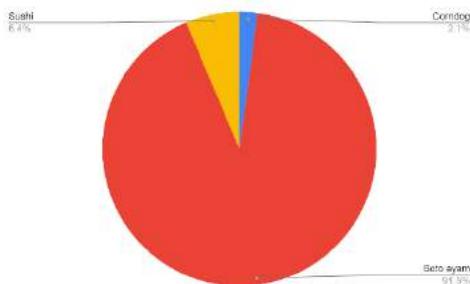
Gambar 13. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* tentang Prinsip Jejak Kuliner
Sumber: Data Olahan (2024)

Keberlanjutan bisnis kuliner ditentukan dari besaran jejak karbon makanan. Beban karbon makanan dipengaruhi oleh jarak perjalanan bahan masakan (Leer, 2020). Semakin jauh perjalanan, semakin tinggi jejak karbon dan semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan. Dalam bimtek ini, peserta mengenali aktivitas kuliner yang rendah karbon. Pertanyaan berupa "Mana makanan dengan jejak karbon rendah?" disampaikan. Saat *Pre-test*, hanya 35 persen yang menjawab benar yaitu soto ayam, makanan lokal Indonesia dan selebihnya menjawab pilihan lain yakni *Corndog*, *Spaghetti* dan *Sushi*, yang merupakan makanan asing.



Gambar 14. Hasil *Pre-test* tentang Jejak Karbon Makanan
Sumber: Data Olahan (2024)

Setelah bimtek, 91 persen menjawab benar dan memahami bahwa makanan dengan jejak karbon rendah adalah makanan yang diproduksi secara lokal, bukan impor dari daerah lain.

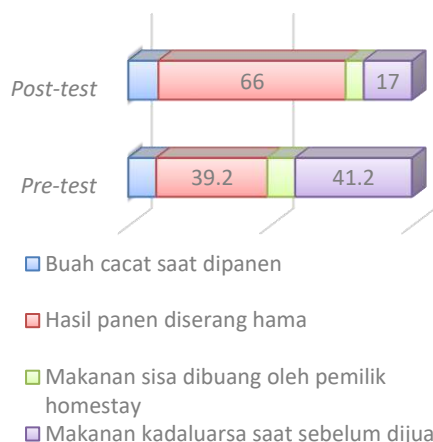


Gambar 15. Hasil *Post-test* tentang Jejak Karbon Makanan
Sumber: Data Olahan (2024)

6. Susut Pangan dan Limbah Makanan

Kemampuan bisnis kuliner dalam mengatasi susut pangan dan mengurangi limbah makanan dipastikan akan membuat usaha kuliner berkelanjutan karena biaya susut pangan dan limbah makanan dalam usaha kuliner berpengaruh terhadap pendapatan. Penyebab terjadinya susut pangan dan limbah makanan biasanya karena praktik penanganan bahan yang buruk, penyimpanan yang buruk, rendahnya kemampuan mengolah bahan dan memproduksi makanan (Ramadhan, 2021).

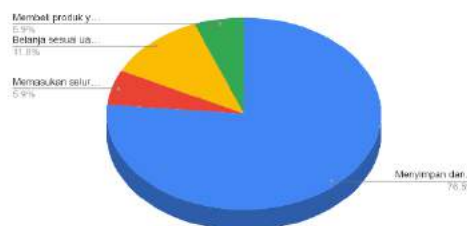
Banyak upaya menekan susut pangan dan mengurangi limbah makanan dan bimtek ini mendorong peserta untuk mampu melakukan aksi pengurangan susut pangan dan limbah makanan. Diawali dengan menemukan penyebab susut pangan dimana 41 persen peserta menyatakan bahwa makanan kadaluarsa sebelum dijual adalah penyebab susut pangan.



Gambar 16. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* tentang Penyebab Susut Pangan
Sumber: Data Olahan (2024)

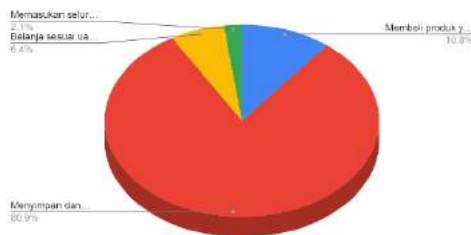
Setelah berdiskusi, akhirnya 66 persen peserta meyakini bahwa susut pangan terjadi karena hasil panen diserang hama. Peserta semakin paham bahwa susut pangan merupakan sebutan bagi bahan pangan yang terbuang dalam rantai pasok dari petani menuju koki akibat distribusi dan pengemasan yang buruk sehingga bahan masakan tidak dapat diolah menjadi makanan yang layak konsumsi.

Selanjutnya upaya mengurangi limbah makanan didiskusikan. Pada *Pre-test*, 77 persen peserta mampu mengurangi sampah makanan, peserta me dengan cara menyimpan dan mengolah ulang makanan sisa.



Gambar 17. Hasil *Pre-test* tentang Cara Mengurangi Limbah Makanan
Sumber: Data Olahan (2024)

Namun, saat *Post-test*, 81 persen peserta semakin paham bahwa makanan sisa dapat disimpan dan olah ulang menjadi makanan baru. Inovasi atas pengolahan makanan menjadi keutamaan.



Gambar 18. Hasil *Post-test* tentang Cara Mengurangi Limbah Makanan
Sumber: Data Olahan (2024)

7. Cerita Kuliner

Bisnis kuliner tidak semata menjual produk makanan tetapi juga memberikan cerita makanan atau *food story* dalam memasarkan produk kuliner sekaligus memberikan pengalaman baru bagi konsumen.

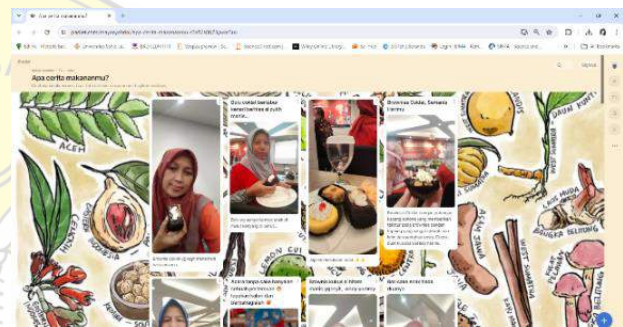
Pada mulanya, hanya 77 persen peserta bimtek menyadari bahwa produk yang dihasilkannya harus memiliki cerita sebagai promosi dan untuk menguatkan hubungan dengan pelanggan. Namun pada akhirnya, 89 persen peserta semakin memahami pentingnya cerita makanan dalam menjalin kedekatan dengan pelanggan.

Kemampuan bercerita peserta dilatih melalui pembuatan konten cerita makanan. Konten dapat berupa foto dan narasi gambar namun harus mendeskripsikan produk, memberikan rangsangan kepada konsumen untuk membeli, serta meyakinkan bahwa produk kuliner yang ditawarkan adalah bermanfaat.

Setiap peserta membuat narasi dengan rambu-rambu kalimat cerita

- Satu kalimat maksimal 12 kata.
- Satu paragraf terdiri dari tiga kalimat.
- Satu cerita memuat paling banyak tiga paragraf.

Rambu-rambu ini diberikan agar cerita makanan tidak berlebihan dan membuat pembaca jenuh. Konten dibuat menggunakan ponsel berkamera. Peserta diberikan ruang kreatif untuk menyampaikan ide-idenya. Hasilnya ditampilkan secara elektronik dan ditanyakan untuk dievaluasi. Berikut contoh-contoh karya cerita makanan para peserta.



Gambar 19. Posting Cerita Makanan Pada Padlet.

Sumber: <http://bit.ly/ceritamakananmu>

5. KESIMPULAN

Bimtek Bisnis Kuliner Berkelanjutan menjadi kebutuhan bagi para pengusaha kuliner yang ingin membuat bisnisnya berusia panjang melalui inovasi dan kreativitas. Materi prinsip dan manfaat usaha kuliner berkelanjutan serta praktik strategi bisnis kuliner berkelanjutan memudahkan pemilik kuliner rumahan untuk meningkatkan usahanya. Tips bisnis kuliner berkelanjutan adalah:

1. Mengutamakan produk kuliner lokal.
2. Mendorong pelaksanaan *reduce, reuse, recycle*.
3. Memproduksi bahan makanan lokal berbasis tanaman.
4. Menangani susut pangan dan limbah makanan.

5. Memanfaatkan digitalisasi untuk promosi bisnis kuliner.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada mitra Direktorat Pengembangan SDM, Kemenparekraf yang mendanai kegiatan serta Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (Dispora) Sidoarjo yang mengkoordinasikan partisipan pengusaha kuliner lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. S. (2023). *Ragam Tantangan Pengembangan Usaha Kreatif di Sidoarjo*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/07/17/ragam-tantangan-pengembangan-usaha-kreatif-di-sidoarjo-feature>
- Bappenas. (2021). *Food Loss and Waste di Indonesia dalam rangka mendukung ekonomi sirkular dan pembangunan rendah karbon*.
- Biro Pusat Statistik. (2024). *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2024* (Vol. 41).
- Cahyadi, F., Parlinggomon, B. T. P., & Kawuryan, D. A. (2021). Derajat Pemahaman Publik: Sebuah Pijakan Bagi Kolaborasi SDGs Indonesia. *Internation NGO Forum on Indonesian Development*.
- Disperindag. (2022). *Sidoarjo Semakin Rejo*.
- Firdhani, A. . (2021). *Beragam Keuntungan dari Mengonsumsi Makanan Lokal*. Greeners.Com. <https://www.greeners.co/gaya-hidup/beragam-keuntungan-dari-mengonsumsi-makanan-lokal/>
- Ismayanti. (2023). *Modul Usaha Kuliner Hijau Berkelanjutan (Draf)*.
- Ismayanti. (2024). *Bisnis Kuliner Berkelanjutan*.
- Kemenparekraf, P. (2021). *Profil Kabupaten Sidoarjo*.
- Leer, J. (2020). Designing sustainable food experiences: Rethinking sustainable food tourism. *International Journal of Food Design*, 5(1–2), 65–82. https://doi.org/10.1386/IJFD_00010_1
- Narariya, A., & Simanjuntak, R. A. (2021). Potensi Besar Industri Kreatif. *Koran Sindo*, 2. <https://fliphtml5.com/dfwb/eqwe>
- Nugraha, J. (2022). 7 Jenis Kemasan Ramah Lingkungan , Lengkap Beserta Penjelasannya. *Merdeka*. <https://www.merdeka.com/jateng/7-jenis-kemasan-ramah-lingkungan-lengkap-beserta-penjelasannya-kl.html>
- Ramadhan, A. (2021). *Penelitian ungkap penyebab “Food waste” di Indonesia tinggi*. 12 Oktober 2021. <https://www.antaraneews.com/berita/2453397/penelitian-ungkap-penyebab-food-waste-di-indonesia-tinggi>
- Ribeiro-Duthie, A. C., Gale, F., & Murphy-Gregory, H. (2021). Fair trade and staple foods: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123586. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123586>
- UN Environment Program. (2021). *Food Waste Index Report 2021*. In *Unep*.
- World Fair Trade Organization. (2013). *WFTO Guarantee System Handbook*. April, 1–11. http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1944&Itemid=389