

PENGEMBANGAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF MELALUI INOVASI PRODUK MAKANAN (SORGUM) DI DESA WISATA CIBIRU WETAN

Erie Hidayat Sukriadi ¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
Rie86.hidayat@gmail.com

Raden Rizki Muttaqien ²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
rizki.stiepar@gmail.com

Rattikah Fitrianty ³

Universitas Pendidikan Indonesia
rattikahfitrianty@upi.edu

Liani Yanti Fitriana ⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
lianiyantifitriana@gmail.com

Melli Isliana ⁵

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
islianamelly@gmail.com

ABSTRACT

This research is based on the suboptimal economic benefits experienced by the surrounding community in the Cibiru Wetan Tourism Village. This may also be due to the absence of distinctive flagship products, particularly in the culinary sector, which could serve as additional tourist attractions as well as authentic souvenirs for visitors. This gap creates an untapped strategic opportunity. The opportunity lies in the revitalization of sorghum, a local drought-resistant cereal crop that historically served as a staple food for the local community, known as ragoy. This research aims to determine the appropriate formulation of a sorghum-based food product innovation by introducing an innovation called sorghum pie milk. In addition, this research also aims to provide a reference for tourism and creative economy development strategies through the Business Model Canvas (BMC) for this innovative product, which is considered very suitable for combining local heritage (sorghum flour) with a modern culinary format (pie) that has broad market appeal. The research method uses an experimental method with organoleptic tests for product innovation as well as a descriptive qualitative method to elaborate strategies in the BMC, so that the ultimate goal of this research is to improve the economic independence and welfare of the Cibiru Wetan Tourism Village community.

Key words: *Product Innovation; Milk Pie; Sorghum; Business Model Canvas (BMC); Tourism Development*

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan atas belum optimalnya manfaat ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat sekitar di Desa Wisata Cibiru Wetan. Hal ini dapat juga disebabkan oleh ketiadaan produk unggulan yang khas, terutama di sektor kuliner, yang dapat berfungsi sebagai daya tarik wisata tambahan sekaligus oleh-oleh otentik bagi pengunjung. Kesenjangan ini menciptakan sebuah peluang strategis yang belum tersentuh. Peluang tersebut terletak pada revitalisasi sorgum, sebuah tanaman sereal lokal yang tahan kekeringan dan secara historis pernah menjadi bahan pangan pokok masyarakat setempat dengan sebutan ragoy.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menentukan formulasi inovasi produk makanan yang tepat berbahan dasar sorgum dengan memperkenalkan inovasi berupa pie susu sorgum, selain itu juga penelitian ini bertujuan untuk mereferensikan strategi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif melalui Business Model Canvas (BMC) pada produk inovasi tersebut yang dirasa sangat tepat memadukan warisan lokal (tepung sorgum) dengan format kuliner modern (pie) yang memiliki daya tarik pasar luas. Metode penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan uji organoleptik untuk inovasi produk juga metode kualitatif deskriptif untuk menjabarkan strategi pada BMC sehingga tujuan akhir dari hasil penelitian ini adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Desa Wisata Cibiru Wetan.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Pie Susu; Sorgum; Business Model Canvas (BMC); Pengembangan Pariwisata

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang akan menjadi salah satu lokomotif penggerak perekonomian nasional karena pariwisata Indonesia masih sangat menjanjikan dan beragam mulai dari wisata alam yang indah, budaya yang sangat menarik dan dilengkapi dengan keramahan masyarakatnya, Indonesia adalah tujuan wisata dengan orang-orangnya yang hangat, budaya yang beragam, dan alam yang indah, ini merupakan kekuatan yang dapat mendorong pariwisata, kestabilan politik, dan mekanisme demokratis. Usaha pariwisata banyak jenisnya berdasarkan (Kemenparekraf, 2021) diantaranya yang sesuai dengan penelitian ini adalah (a) Daya Tarik Wisata, (b) Kawasan pariwisata, (c) Jasa makanan dan minuman. Dalam penelitian ini yang akan menjadi pembahasan mendalam yaitu mengenai usaha pariwisata daya tarik wisata, kawasan pariwisata dan jasa makanan minuman karena yang menjadi obyek studi adalah produk makanan di desa wisata.

Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan dua sektor yang saling berkaitan erat dalam meningkatkan daya saing suatu daerah. Selain menghadirkan pengalaman rekreasi, pariwisata modern juga menuntut adanya keunikan dan kekhasan lokal yang bisa ditawarkan, salah satunya melalui kuliner berbasis bahan pangan lokal. Dalam konteks ini, sorgum menjadi salah satu alternatif strategis karena merupakan tanaman pangan yang kaya gizi, tahan iklim kering, dan relatif kurang dieksplorasi di Indonesia.

Sorgum merupakan tanaman serealia yang cocok dikembangkan di Indonesia yang memiliki iklim tropis, khususnya pada daerah-daerah yang tingkat kesuburan tanahnya rendah. Sorgum ini juga adalah komoditas penting pada urutan ke lima di dunia setelah gandum, beras, jagung, dan barley (Zubair & Padjadjaran, 2018). Sorgum memiliki banyak keunggulan jika dibandingkan tanaman lain yaitu adaptasinya yang luas, tahan akan kekeringan, hemat dalam penggunaan pupuk, hasil produksi tinggi, mengandung banyak nutrisi.

Sorgum merupakan bahan pangan alternatif pengganti karbohidrat. Kandungan karbohidrat mencapai (74.63 gr/100gr bahan) lebih tinggi daripada gandum (71.97 gr/100 gr bahan) dan peringkat ketiga setelah padi (79.15 gr/100 gr bahan), dan jagung (76.85 gr/100 gr bahan) (USDA, 2011). Sorgum mempunyai potensi penting sebagai sumber karbohidrat bahan pangan, pakan dan komoditi ekspor (Zubair & Padjadjaran, 2018).

Penelitian ini juga dilandasi oleh salah satu asta cita yang dikemukakan oleh presiden terpilih tahun 2024 Bapak Prabowo dalam (Wisnubroto, 2024) yaitu membangun dari desa dan dari bawah untuk pemerataan ekonomi dan pemberantasan kemiskinan. Selaras dengan pernyataan salah satu asta cita tersebut penelitian ini dilakukan di desa wisata yang terdapat di kabupaten bandung yaitu desa wisata cibiru wetan. Sekadar menanam dan memanen sorgum tidak cukup untuk menghasilkan nilai ekonomi yang signifikan. Kunci untuk membuka potensi tersebut terletak pada inovasi pengolahan. dengan memperkenalkan inovasi produk berupa "Pie Sorgum". Produk ini secara cerdas memadukan warisan lokal (tepung sorgum) dengan format kuliner modern (pie) yang memiliki daya tarik pasar luas. Inovasi ini tidak hanya menciptakan produk baru, tetapi juga proposisi nilai yang kuat. Tepung sorgum secara alami bebas gluten (gluten-free) serta kaya akan serat dan zat besi, menjadikannya pilihan yang lebih sehat dan sangat relevan dengan tren gaya hidup sehat di kalangan konsumen modern. Lebih jauh, pengembangan Pie Sorgum menjadi sebuah studi kasus yang menarik tentang bagaimana narasi otentisitas dapat dibangun.

Upaya ini bukan sekadar aktivitas agrikultur atau ekonomi, melainkan sebuah bentuk reklamasi budaya. Proses transformasi biji sorgum "ragoy" yang terlupakan menjadi sebuah hidangan atau kudapan yang lezat adalah sebuah cerita yang kuat. Narasi ini tentang menghidupkan kembali masa lalu untuk membangun masa depan merupakan aset tak berwujud yang paling berharga, yang mampu membedakan produk ini dari oleh-oleh generik lainnya dan menjawab kerinduan wisatawan modern akan pengalaman yang otentik dan bermakna.

Dengan demikian potensi sorgum besar cukup besar, tapi pemanfaatannya masih terbatas yaitu menjadi pakan ternak (Dewi, 2025) atau konsumsi lokal tradisional. Padahal, dengan inovasi pengolahan, sorgum dapat diubah menjadi produk makanan bernilai tambah tinggi yang sekaligus dapat dipromosikan sebagai daya tarik wisata kuliner dan oleh-oleh khas daerah (Fithri et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan formulasi resep inovasi produk pie susu sorgum secara tepat. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji strategi inovasi produk makanan tersebut dalam mendukung pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Desa Wisata Cibiru Wetan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*.

Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Pengembangan pariwisata (*tourism development*) merupakan proses terencana dan berkelanjutan dalam memanfaatkan potensi destinasi untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta menjaga kelestarian lingkungan, budaya, dan sosial. Terdapat konsep pengembangan pariwisata berdasarkan Darmayanti & Oka, (2020) dampak pengembangan pariwisata dapat mampu menciptakan kesempatan lapangan kerja bagi masyarakat setempat melalui tersedianya berbagai jenis usaha yang terkait dengan kepariwisataan dapat dimanfaatkan oleh para tenaga kerja. Dengan Munculnya kesempatan kerja tersebut menyebabkan tenaga kerja semakin tertarik untuk terjun ke dunia pariwisata. Selain itu juga berdasarkan Putra dalam Darmayanti & Oka, (2020) mengemukakan Pariwisata berbasis masyarakat merupakan bentuk kepariwisataan dimana masyarakat lokal memiliki kontrol dan keterlibatan dalam pembangunan dan pengelolaannya secara substansial dan proporsi manfaat sebagian besar tetap berada di tangan Masyarakat.

Desa Wisata

Desa wisata merupakan salah satu bentuk usaha pariwisata yang termasuk kedalam kawasan pariwisata karena dalam ruang lingkup desa tersebut banyak terdapat daya tarik wisata di antaranya yang ada di Desa Wisata Cibiru Wetan adalah adanya wisata alam dan budaya. Desa wisata sebagai objek daya Tarik wisata memerlukan beberapa aspek yang harus dipenuhi yaitu berdasarkan Permadi et al., (2021) Yaitu attraction, accessibility, amenity dan ancillary, kuliner dapat dijadikan sebagai salah satu daya Tarik pada destinasi wisata tersebut karena dari berbagai jenis kreatifitas dan keunikan makanan tersebut hasil dari inovasi-inovasi masyarakatnya. potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut (Sudibya, 2018). Pengembangan desa wisata masyarakat sangat berperan penting karena sumber daya dan keunikan tradisi melekat pada masyarakat tersebut. Pendapat lain Budhi et al., (2020) Desa wisata merupakan bentuk pariwisata, yang sekelompok kecil wisatawan tinggal di dalam atau di dekat kehidupan tradisional atau di desa-desa terpencil dan mempelajari kehidupan desa dan lingkungan setempat Pemahaman ini dapat dilihat pada gambar (Budhi et al., 2020) sebagai berikut:



Gambar 1. Skema pengembangan Desa Wisata Base Community

Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Pariwisata

Ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Dalam sektor pariwisata, ekonomi kreatif berfungsi sebagai mesin inovasi yang mengubah aset-aset lokal menjadi pengalaman dan produk yang bernilai tinggi. Keberhasilan ekonomi kreatif ditopang oleh tiga modal utama: modal manusia (keterampilan dan pengetahuan), modal sosial (kepercayaan dan jaringan), dan modal budaya (warisan dan tradisi lokal). Inovasi Pie Sorgum di Cibiru Wetan adalah contoh sempurna dari aplikasi konsep ini. Hal ini selaras dengan pendapat yang dikemukakan Cemporaningsih et al., (2020) Ekonomi Kreatif merupakan potensi (ide dan gagasan) yang mengandung kreatifitas dan inovasi untuk meningkatkan nilai ekonomi produk.

Modal budaya yang digunakan adalah sorgum atau yang masyarakat setempat lebih dikenal dengan sebutan "ragoy" sebagai warisan pangan lokal. Modal manusia dikembangkan melalui pelatihan yang meningkatkan keterampilan anggota masyarakat dalam mengolah sorgum menjadi produk bernilai jual. Sementara itu, modal sosial dibangun melalui kerja sama antar kelompok di desa (POKDARWIS, PKK, KWT) untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut. Sinergi antara pariwisata dan ekonomi kreatif ini menciptakan ekosistem di mana budaya tidak hanya dilestarikan, tetapi juga menjadi sumber penghidupan yang berkelanjutan.

Sehingga dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin menentukan formulasi yang dapat diterima dan berpotensi untuk dikembangkan dari inovasi produk makanan berbahan dasar sorgum. Serta ingin mengetahui strategi pengembangan pariwisata juga ekonomi kreatif melalui inovasi produk yang dihasilkan.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif (Abdussamad, 2021) juga eksperimen (Hidayat Sukriadi et al., 2022) untuk pengujian beberapa percobaan formulasi resep kepada para ahli dalam bidang kuliner dalam hal ini adalah *chef-chef* hotel yang kompeten dibidangnya yaitu bidang *pastry* dan *bakery*. Fokus pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan pariwisata juga ekonomi kreatif yang ada di desa wisata tersebut melalui pemanfaatan inovasi produk kuliner asli setempat yaitu sorgum sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

1. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Data didapat berdasarkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang pada penelitian ini adalah hasil formulasi resep uji coba produk inovasi pie sorgum. Juga terhadap potensi-potensi yang ada di lokus penelitian.

b) Wawancara

Data yang didapat berdasarkan wawancara meliputi Gambaran umum

lokus serta hasil panelis terhadap uji coba produk inovasi pie sorgum

c) Studi Pustaka

Data penelitian yang didapat melalui studi Pustaka ini meliputi referensi-referensi penelitian terdahulu juga buku-buku yang relevan dengan topik penelitian ini, yaitu pengembangan pariwisata, ekonomi kreatif, inovasi produk juga kesejahteraan Masyarakat.

2. Uji Organoleptic

Sedangkan eksperimen digunakan untuk mendapatkan formulasi resep yang tepat pada inovasi produk yang menjadi bahan penelitian ini, dengan uji organoleptic (Program Studi Teknologi Pangan, 2013) juga dalam (Zenitha & Sukriadi, 2025) yaitu suka tidaknya panelis terhadap suatu produk dipengaruhi oleh warna, bau, rasa, dan rangsangan mulut atau dengan kata lain uji organoleptic ini adalah pengujian dengan menggunakan panca indra manusia. Pada pengujian organoleptic yang melakukan penilaian disebut panelis dan dalam penilaian organoleptik dikenal tujuh macam panel akan tetapi dalam penelitian ini penulis mengambil panelis sebanyak 2 kategori, yaitu:

- Panel Terlatih. Panel terlatih terdiri dari 15-25 orang yang mempunyai kepekaan cukup baik, yaitu chef-chef hotel.
- Panel Konsumen. Panel konsumen terdiri dari 30 orang yaitu masyarakat sekitar desa wisata

HASIL DAN PEMBAHASAN

Formulasi Resep Inovasi Produk

Formulasi resep inovasi produk dalam penelitian ini peneliti membuat beberapa formulasi yang dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1
Formulasi Resep Inovasi Pie Sorgum

STANDARD RESEP						
MENU			PIE SORGUM			
TOTAL PRODUCTION			1 RECIPE	REMARK: 25 PORSI		
STANDAR RESEP						
NO	ITEM	UNIT	FORMULASI 1	FORMULASI 2	FORMULASI 3	KET.
Kulit Pie Sorgum						
1	Mentega	gr	100	100	100	
2	Gula halus	gr	70	70	70	
3	Garam	gr	½	½	1/2	
4	Vanilla	sdt	1	1	1	
5	Kuning Telur	butir	2	2	2	
6	Tepung Protein Sedang	gr	168,75	112,5	56,25	

STANDARD RESEP						
7	Tepung Sorgum	gr	56,25	112,5	168,75	
Isian Vanilla Susu						
8	air	ml	100	100	100	
9	kuning telur	butir	2	2	2	
10	SKM	gr	2	2	2	
11	tepung maizena	sdm	1	1	1	
12	vanila	sdt	1	1	1	
CARA MEMBUAT						
Campurkan seluruh bahan (<i>metode all in</i>) kemudian uleni hingga tercampur rata dan adonan sedikit kalis. Untuk isian vanila susu, campurkan air, kuning telur, skm, tepung maizena dan vanila sampai, dengan api kecil sampai dengan suhu 50 derajat celcius. Ambil adonan secukupnya, langsung pipihkan dengan tangan di cetakan pie hingga menutupi seluruh permukaan. Pastikan ketebalan adonan tidak terlalu tipis dan tidak terlalu tebal, lalu tuangkan isian vanila susu $\frac{3}{4}$ bagian dari cetakan. Panggang dalam oven pada suhu 165°C selama ± 40 menit. Jika warna atau tingkat kerenyahannya masih kurang, lanjutkan memanggang selama tambahan 2–4 menit hingga kulit pie berwarna keemasan dan lebih renyah. Setelah matang, lepaskan dari cetakan pie dan Pie susu sorgum siap disajikan.						

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dari ke tiga formulasi tersebut yang membedakan adalah komposisi tepung protein sedang dengan tepung sorgum yang dapat dilihat pada dalam tabel 1, yang nantinya hasil inovasi tersebut akan diuji oleh panelis terlatih yaitu orang-orang yang ahli dalam bidang kuliner yaitu bidang pastry dan bakery dalam hal ini adalah para chef-chef hotel.

Proses pembuatan produk inovasi dilakukan ditempat yang memadai seperti lab kitchen, seperti dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Proses Pembuatan Produk Inovasi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Proses pembuatan produk dimulai dengan penyiapan bahan, ditimbang sesuai gramasi yang tercantum dalam standar resep yang telah ditentukan, selanjutnya semua bahan dicampurkan, dicetak pada cetakan pie ditambah topping vla susu dan selanjutnya di panggang pada oven. setelah selesai dibuat selanjutnya dikemas dan dilakukan uji panelis kepada para panelis sebanyak 30 panelis terlatih yang dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Uji Coba Produk Inovasi oleh Panelis
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Uji panelis ini menggunakan pengujian organoleptik yaitu pengujian dengan panca indra yang meliputi aroma, rasa, bentuk, warna dan tampilan dari produk inovasi yang dibuat. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan formulasi mana yang paling tepat untuk dapat dikembangkan.

Pengumpulan data dari uji organoleptik ini didapatkan berupa skor, yang skor tersebut selanjutnya di olah menggunakan penghitungan skala likert dengan menggunakan gradasi jawaban 1-5 dari jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan kategori pernyataannya terdiri dari rasa, aroma, tekstur, tampilan dan bentuk dari inovasi produk makanan tersebut, yang hasilnya menunjukkan rata-rata penilaian panelis terhadap pie sorgum bahwa formulasi 2 memperoleh skor tertinggi pada aspek rasa (4,20) dan tampilan (4,43). Formulasi 1 unggul pada aspek bentuk (4,30) dan tekstur (4,00), sedangkan formulasi 3 cenderung memiliki skor yang lebih rendah dibandingkan dua formulasi lainnya.

Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi panelis terhadap produk bervariasi tergantung pada kategori penilaian yang diuji juga kepekaan panca indranya. Sehingga secara umum hasil penilaian dari panelis terlatih bahwa formulasi resep ke 2 (dua) merupakan sampel yang paling disukai panelis, terutama pada kategori rasa dan tampilan yang memperoleh skor tertinggi dibandingkan dua formulasi lainnya. Dengan demikian, formulasi yang ke 2 (dua) dapat dianggap sebagai formulasi yang paling potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

Selanjutnya untuk daya terima masyarakat peneliti membuat produk inovasi yang dinyatakan potensial untuk dikembangkan berdasarkan panelis yaitu menggunakan formulasi resep kedua dengan gramasi tepung sorgum dan protein perbandingannya 50% dan 50% untuk perpaduannya.



Gambar 4. Pembuatan Produk Inovasi Potensial
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pengujian produk dilakukan kembali kepada masyarakat sebagai upaya penguatan akan daya terima masyarakat terhadap inovasi produk yang dibuat, dan hasilnya menunjukkan bahwa semua aspek dalam pengujian dapat diterima oleh masyarakat mulai dari aspek rasa, aroma, tekstur, bentuk hingga tampilan dari pie sorgum inovasi.



Gambar 5. Pengujian Daya Terima Masyarakat
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Strategi Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui Hasil Inovasi Produk dengan Menggunakan Model BMC

Untuk menerjemahkan ide kreatif menjadi sebuah usaha yang layak secara komersial dan berkelanjutan, diperlukan sebuah kerangka kerja strategis. Business Model Canvas (BMC), yang pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, dalam Hidayah et al., (2023) alat manajemen strategis yang mendeskripsikan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. BMC menyederhanakan konsep bisnis yang kompleks ke dalam satu lembar kanvas visual yang terdiri dari sembilan blok bangunan dasar.

Kesembilan blok tersebut adalah *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources*

(Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya). Keunggulan utama BMC terletak pada kemampuannya untuk memberikan gambaran holistik dan terstruktur, memfasilitasi pemahaman, diskusi, dan inovasi model bisnis secara cepat dan efektif. Dalam penelitian ini, BMC digunakan sebagai alat analisis utama untuk memetakan dan merancang model bisnis usaha Pie Sorgum Cibiru Wetan secara sistematis.

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)

Identifikasi segmen pelanggan merupakan langkah krusial dalam memahami siapa yang dilayani oleh model bisnis ini. Proyek inovasi produk sorgum di Desa Wisata Cibiru Wetan memiliki target pelanggan yang jelas. Target primer adalah masyarakat Desa Wisata Cibiru Wetan itu sendiri, khususnya anggota Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kelompok wanita tani, dan kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Kelompok-kelompok ini adalah penerima manfaat langsung dari program pelatihan dan pemberdayaan, yang diharapkan menjadi produsen dan penggerak ekonomi lokal.

Sementara itu, target sekunder adalah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cibiru Wetan. Produk inovasi seperti pie sorgum dirancang sebagai daya tarik kuliner dan oleh-oleh, memenuhi kebutuhan wisatawan akan pengalaman lokal dan produk khas. Model ini menunjukkan fokus ganda: pemberdayaan komunitas lokal sebagai produsen dan wisatawan sebagai konsumen, mencerminkan pendekatan yang seimbang antara dampak sosial dan kelayakan komersial.

2. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Proposisi nilai menjelaskan mengapa pelanggan memilih produk atau layanan tertentu. Dalam inisiatif inovasi produk sorgum ini, proposisi nilai dirancang untuk dua kelompok utama: komunitas/produsen lokal dan konsumen (wisatawan/masyarakat umum).

Untuk komunitas dan produsen lokal, nilai yang ditawarkan meliputi peningkatan nilai ekonomi dan pendapatan melalui pengembangan produk baru dari sumber daya lokal. Program ini juga menyediakan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan sorgum, pemberdayaan petani lokal dan pelaku industri pangan yang mendorong sinergi dalam rantai nilai, serta potensi untuk menciptakan produk unggulan desa wisata yang meningkatkan pengakuan dan penawaran unik. Selain itu, inisiatif ini berkontribusi pada pengurangan ketergantungan pada sumber daya pangan impor.

Untuk konsumen, baik wisatawan maupun masyarakat umum, proposisi nilai mencakup produk makanan yang unik dan inovatif, seperti pie sorgum dengan isian lokal khas seperti selai jeruk pamelito dan susu. Produk ini juga menawarkan pilihan makanan sehat: bebas gluten, kaya karbohidrat, protein, lemak, mineral, dan vitamin, serta tinggi serat pangan dan zat besi. Konsumen juga mendapatkan kesempatan untuk mendukung ekonomi lokal dan praktik berkelanjutan melalui konsumsi produk lokal. Terakhir, konsep "Desa Wisata Edukasi" memberikan pengalaman edukasi bagi wisatawan, di mana mereka dapat belajar tentang sorgum dan cerita di balik produk lokal.

3. Saluran (*Channels*)

Saluran menggambarkan bagaimana produk atau layanan disampaikan kepada

pelanggan. Penjualan produk sorgum ini bisa langsung dilakukan oleh kelompok UMKM lokal dan produsen di dalam desa. Ini mengindikasikan titik penjualan fisik di dalam desa, seperti toko oleh-oleh atau kios khusus. Produk ini juga menjadi daya tarik langsung bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Edukasi Cibiru Wetan, menjadikannya bagian integral dari pengalaman wisata.

Saluran distribusi ini dapat juga melalui potensi e-commerce yang dapat dimanfaatkan merupakan area krusial untuk pengembangan. Mengembangkan platform e-commerce, seperti website khusus desa wisata yang juga menjual produk atau integrasi dengan marketplace online (misalnya, Tokopedia atau Shopee), akan secara signifikan memperluas jangkauan ke konsumen di luar Cibiru Wetan, termasuk segmen kesehatan yang lebih luas yang mungkin tidak mengunjungi desa secara fisik. Secara realistis saluran distribusi inovasi produk makanan ini bisa dilakukan oleh masyarakat desa wisata melalui paket wisata terintegrasi yaitu menyediakan makanan tersebut di *homestay*, diceritakan oleh *guide* yang memandunya dalam setiap tour yang dikemas. selain itu media pemasaran yang dapat digunakan juga adalah media sosial seperti instagram, tiktok, atau youtube dan melibatkan pemuda setempat sebagai konten kreatornya.

4. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Hubungan pelanggan mendefinisikan jenis interaksi yang dibangun dengan segmen pelanggan tertentu. Dalam model bisnis ini, hubungan yang kuat dengan komunitas produsen adalah fondasi yang memastikan partisipasi dan kepemilikan lokal. Ini terwujud melalui keterlibatan komunitas dalam praktik langsung dengan POKDARWIS, UMKM, wanita tani, dan PKK, yang membangun hubungan kolaboratif yang kuat dan kepercayaan. Membangun komunitas pelanggan dan advokasi merek melalui pengalaman edukatif adalah strategi yang dapat diintensifkan. Wisatawan yang memiliki pengalaman positif dan edukatif tentang sorgum serta proses pembuatannya di desa wisata cenderung tidak hanya membeli produk tetapi juga menjadi "advokat merek" yang akan merekomendasikan produk dan destinasi kepada orang lain. Strategi konkret yang dapat dilakukan dalam hubungan pelanggan ini yaitu diantaranya:

- a. Tur Sorgum, yaitu membuat paket wisata edukasi mulai dari hulu ke hilir. Wisatawan diajak langsung ke lahan pertanian oleh kelompok wanita tani untuk belajar menanam atau memanen sorgum, lalu dilanjutkan dengan workshop mengolah biji sorgum menjadi produk kuliner (misal: membuat pie sorgum)
- b. *Word-of-Mouth & Digital Amplification*, yaitu menyediakan spot foto yang estetik di area pengolahan sorgum. Berikan insentif kecil berupa produk contoh (*free tester*) kuliner sorgum bagi wisatawan yang mengunggah foto/video pengalaman mereka ke Instagram/TikTok dengan menandai (tag) akun resmi desa wisata.

5. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Arus pendapatan menjelaskan bagaimana menghasilkan uang dari setiap segmen pelanggan. arus pendapatan utama berasal dari penjualan produk kepada wisatawan dan komunitas lokal. Ini mencakup penjualan langsung produk makanan berbasis sorgum, seperti pie sorgum. Produk ini terintegrasi ke dalam ekosistem

pariwisata, dengan pendapatan yang dihasilkan dari wisatawan yang membeli produk makanan unik ini sebagai bagian dari kunjungan mereka ke desa wisata edukasi. Diversifikasi arus pendapatan melalui agrowisata dan pengalaman kuliner berbayar merupakan peluang yang signifikan juga. Selain penjualan produk fisik, Desa Wisata Edukasi Cibiru Wetan dapat mengembangkan arus pendapatan dari pengalaman agrowisata yang lebih mendalam. Ini bisa berupa lokakarya pembuatan produk sorgum, tur kebun sorgum (jika ada budidaya lokal yang dapat diakses), atau sesi memasak bersama (*cooking class*) dengan bahan-bahan lokal ini. Pendanaan awal untuk pengembangan usaha ini bisa bersumber dari:

- a. Pendanaan internal berbasis komunitas berupa iuran kolektif dari berbagai komunitas seperti POKDARWIS, UMKM, KWT dan lain sebagainya.
- b. Alokasi dana desa dengan mengajukan proposal kepada kepala desa.
- c. Dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan mengajukan proposal kepada Lembaga-lembaga tertentu seperti bank atau perusahaan-perusahaan terdekat.
- d. Hibah kompetisi pariwisata atau akademisi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh dosen-dosen universitas.

6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

Sumber daya utama adalah aset yang diperlukan untuk menawarkan dan menyampaikan proposisi nilai. Dalam model bisnis ini, sumber daya manusia memegang peranan krusial. Anggota komunitas lokal (POKDARWIS, UMKM, wanita tani, PKK) dengan pengetahuan dan keterampilan yang ditingkatkan dalam pengolahan sorgum adalah aset vital. Sumber daya fisik meliputi sorgum lokal sebagai bahan baku utama, yang memberikan identitas unik pada produk. Lahan untuk budidaya sorgum, seperti lahan di Cibiru yang dekat dengan desa wisata dapat dibudidayakan, adalah aset strategis untuk pasokan bahan baku. Peralatan dapur dan alat untuk pengolahan makanan juga penting, tersirat dari aktivitas demonstrasi dan praktik langsung. Selain itu, jeruk pamelos dan susu dari peternakan lokal dapat dijadikan isian pie tersebut. Untuk menjaga konsistensi produksi dan menghindari risiko kelangkaan bahan baku, Desa Wisata Edukasi Cibiru Wetan hendaknya menerapkan sistem tata kelola hulu-ke-hilir sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan Lahan
Lahan budidaya sorgum dengan memanfaatkan karakteristik sorgum yang tangguh dan cepat panen, petani dapat menerapkan sistem tanam bergilir (*crop rotation dan staggered planting*) antar-zona. Hasilnya, panen dapat terjadi secara berkala setiap bulan, bukan setahun sekali, sehingga pasokan ke dapur produksi stabil.
- b. Kemitraan Jaminan Pasar (*Contract Farming*) dengan Petani Lokal:
POKDARWIS dan UMKM pengolah makanan memberikan kepastian serapan hasil panen (*off-taker*) kepada petani dengan harga yang disepakati bersama di awal. Jaminan pasar ini memotivasi petani lokal untuk terus menanam sorgum secara konsisten tanpa takut harga anjlok saat panen raya.
- c. Penyimpanan Pasca Panen Modern (*Buffer Stock*):
Biji sorgum memiliki keunggulan daya simpan yang sangat lama jika

dikeringkan dengan benar. Desa wisata akan menyediakan fasilitas gudang penyimpanan mini yang higienis. Sebagian hasil panen raya akan dialokasikan sebagai stok penyangga (*buffer stock*) untuk mengantisipasi lonjakan permintaan wisatawan pada musim liburan atau saat terjadi kegagalan panen akibat cuaca ekstrem.

d. Bank Benih Mandiri (*Seed Banking*):

Sebanyak 5-10% dari hasil panen sorgum lokal kualitas terbaik disisihkan oleh petani untuk dijadikan benih unggul pada musim tanam berikutnya. Hal ini memastikan ketergantungan terhadap pihak luar untuk penyediaan benih dapat ditekan hingga 0%.

7. Aktivitas Utama (*Key Activities*)

Aktivitas utama adalah hal-hal terpenting yang harus dilakukan untuk membuat model bisnis berfungsi. Saat ini, aktivitas inti sangat berpusat pada pendidikan, pengembangan prototipe produk, dan pemberdayaan. Ini mencakup pelatihan pengolahan sorgum, yang melibatkan demonstrasi dan praktik langsung pembuatan pie sorgum. Aktivitas ini merupakan inti dari transfer pengetahuan dan keterampilan. Aktivitas utama dalam model bisnis Desa Wisata Cibiru Wetan difokuskan secara spesifik pada tiga pilar inti operasional untuk memastikan keberhasilan pengembangan produk kuliner berbasis sorgum serta efektivitas pemasarannya yaitu meliputi:

- a. Pengembangan Produk & Standarisasi Mutu yaitu dengan cara melakukan eksperimen secara berkala untuk menyempurnakan resep pie sorgum ini, menyusun buku panduan resep, dan merancang kemasan bercerita (*Storytelling Packaging*)
- b. Operasional Edukasi & Pengalaman Wisata yaitu mengemas aktivitas yang mengolah proses produksi menjadi atraksi wisata berbayar yang mendatangkan pendapatan.
- c. Pemasaran, Kemitraan, dan Aktivasi Komunitas yaitu aktivitas hilir untuk memastikan produk dan paket wisata dikenal luas serta terjual secara berkelanjutan dapat melalui konten-konten pada media sosial yang konsisten dan menarik.

8. Kemitraan Utama (*Key Partnerships*)

Kemitraan utama adalah jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berfungsi. Kemitraan yang kuat antara akademisi, pemerintah, dan komunitas lokal adalah fondasi yang kokoh untuk proyek ini. Meskipun kemitraan saat ini kuat di tingkat lokal dan akademik, untuk mencapai skala dan keberlanjutan jangka panjang, perluasan kemitraan dengan sektor swasta (misalnya, distributor makanan, jaringan hotel/restoran, supermarket) dan BUMN dapat sangat bermanfaat. Peran-peran dari kemitraan utama ini meliputi:

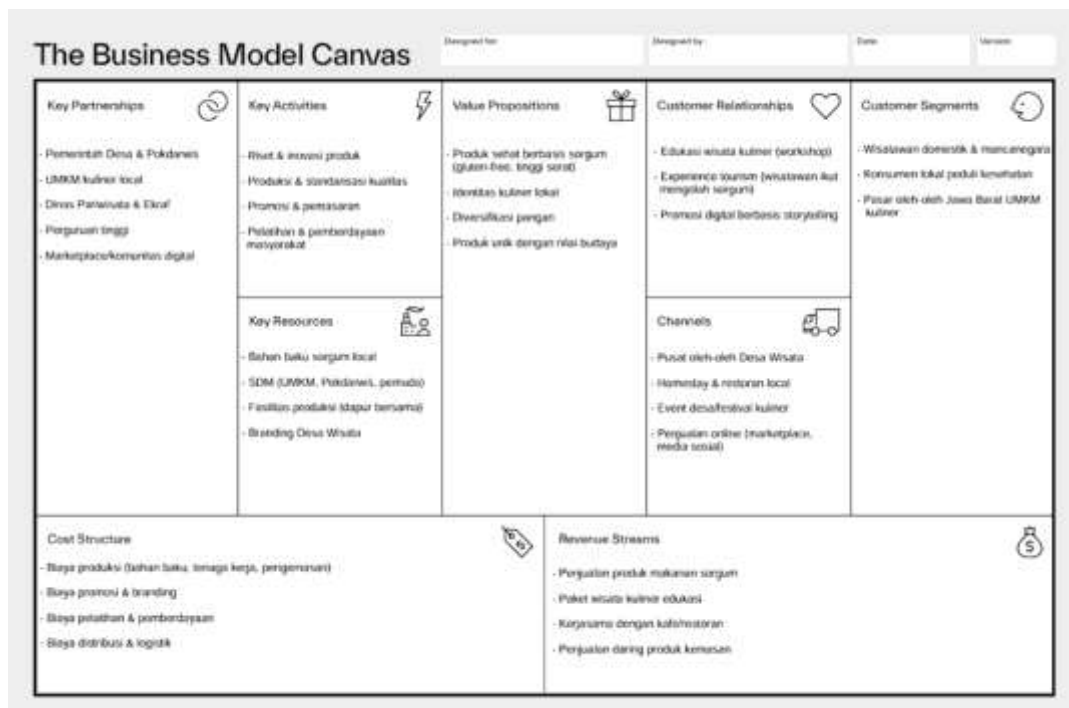
- a. Pemerintah bertindak sebagai payung hukum dan penyedia stimulus bagi pengembangan desa wisata.
- b. Akademisi berfungsi sebagai motor penggerak inovasi produk, transfer teknologi, dan evaluasi model bisnis.
- c. Masyarakat adalah inti dari penggerak hulu hingga hilir dalam ekosistem pariwisata. dan

- d. Sektor swasta sebagai langkah perluasan untuk mencapai skala ekonomi yang lebih besar, desa wisata menjalin kemitraan dengan distributor makanan, jaringan hotel/restoran, swalayan, serta program CSR BUMN guna memperluas saluran distribusi produk dan memperkuat infrastruktur fisik pariwisata.

9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Struktur biaya menjelaskan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Biaya pelatihan merupakan pengeluaran terkait pelaksanaan pelatihan, termasuk bahan, peralatan, dan honorarium pelatih. Ini adalah investasi awal dalam pengembangan kapasitas. Biaya bahan baku, termasuk sorgum, jeruk pamel, susu, dan bahan lain untuk pembuatan pie sorgum, merupakan komponen biaya yang signifikan. Dokumen secara eksplisit mencatat bahwa harga bahan baku sorgum yang relatif mahal adalah tantangan. Biaya produksi terkait produksi aktual pie sorgum (misalnya, listrik untuk oven, pengemasan) juga diperhitungkan, dengan pelatihan mencakup perhitungan harga pokok produksi dan harga jual.

Dengan implementasi rekomendasi penjelasan ke 9 aspek tersebut diatas, Desa Wisata Cibiru Wetan dapat bertransformasi menjadi pusat inovasi kuliner sorgum yang berkelanjutan, tidak hanya meningkatkan ekonomi lokal tetapi juga menjadi model inspiratif bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di daerah lainnya. Berikut adalah kesembilan blok tersebut yang disajikan dalam gambar 6



Gambar 6. Model Bisnis Canvas
Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Setelah diketahui model bisnis yang dapat dikembangkan untuk dapat menunjang pengembangan pariwisata juga ekonomi kreatif di desa wisata cibiru wetan ini melalui inovasi produk makanan local yaitu sorgum berikut adalah bentuk penyederhanaan strategi yang dapat diimpelentasikan dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2.
Strategi Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui Inovasi Produk

Blok BMC	Strategi	Program Aksi
<i>Customer Segments</i>	Menarik wisatawan dan konsumen sehat	Paket wisata kuliner sorgum Promosi di homestay & pusat oleh-oleh Penjualan online melalui marketplace
<i>Value Propositions</i>	Menciptakan produk unik & sehat berbasis sorgum	Diversifikasi produk (<i>snack</i> , minuman, <i>dessert</i>) Label halal, izin edar, kemasan higienis, Cerita lokal (<i>storytelling</i>) tentang sorgum
<i>Channels</i>	Memperluas distribusi & promosi	Membuka outlet di desa wisata Kolaborasi dengan restoran lokal Optimalisasi media sosial & <i>e-commerce</i>
<i>Customer Relationships</i>	Membangun keterikatan emosional pelanggan	Workshop membuat produk sorgum Event festival sorgum tahunan Konten digital edukatif
<i>Revenue Streams</i>	Menciptakan berbagai sumber pendapatan	Penjualan produk retail & online Tiket workshop kuliner Paket wisata kuliner bundling
<i>Key Resources</i>	Memperkuat kapasitas produksi & SDM	Pelatihan UMKM (produksi, packaging, marketing) Pengembangan dapur bersama Peningkatan kapasitas petani sorgum
<i>Key Activities</i>	Fokus pada riset, produksi, dan pemasaran	Riset resep & produk baru Produksi standar dengan SOP Promosi digital & event pariwisata
<i>Key Partnerships</i>	Memperluas jejaring & kolaborasi	Kerja sama dengan Dinas Pariwisata & Ekraf Universitas untuk riset & promosi <i>marketplace</i> untuk distribusi produk
<i>Cost Structure</i>	Efisiensi biaya & keberlanjutan	Optimalisasi dana desa & CSR Koperasi untuk distribusi keuntungan Skema pelatihan berbasis kolaborasi

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

SIMPULAN

Secara umum dapat disimpulkan bahwa formulasi 2 merupakan sampel yang paling disukai panelis, terutama pada kategori rasa dan tampilan yang memperoleh

skor tertinggi dibandingkan dua formulasi lainnya. Dengan demikian, formulasi 2 dapat dianggap sebagai formulasi yang paling potensial untuk dikembangkan lebih lanjut. Produk Pie Sorgum Cibiru Wetan merupakan inovasi kuliner berbahan dasar sorgum lokal (ragoy) yang dikembangkan untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Cibiru Wetan dan kesejahteraan masyarakatnya. Penelitian ini bertujuan memanfaatkan keunggulan sorgum yang rendah gluten dan bernutrisi tinggi sebagai bahan baku makanan kreatif, sehingga menghasilkan oleh-oleh khas desa yang unik sekaligus sehat. Inovasi ini lahir dari urgensi meningkatkan ekonomi lokal melalui sektor wisata kuliner dan ekonomi kreatif desa sejalan dengan agenda pemerataan ekonomi dari tingkat desa serta pengentasan kemiskinan. Pie sorgum diharapkan menjadi signature product desa wisata yang memperkaya pengalaman wisatawan dan mendatangkan pendapatan baru bagi warga. Ringkasnya, rencana bisnis ini menjabarkan strategi membawa produk pie sorgum dari tahap prototipe hasil pelatihan menuju usaha nyata yang berkelanjutan, dengan dukungan komunitas dan potensi pasar wisata yang menjanjikan.

Ucapan banyak terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memfasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini, Ketua STIEPAR YAPARI Bandung, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat STIEPAR YAPARI yang sudah memberikan dukungan dalam penelitian ini, juga anggota tim peneliti baik anggota tim dosen juga mahasiswa yang sudah bersama-sama mengerjakan penelitian ini sampai selesai, dan tidak lupa juga kami ucapkan banyak terima kasih kepada Ketua Desa Wisata Cibiru Wetan yang sudah membantu dan terlaksana penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In P. Rapanna (Ed.), *Syakir Media Press* (1st ed.). CV. Syakir Media Press.
- Budhi, P. G., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Cemporaningsih, E., Titi, D., Pariwisata, P., & Kledung, K. (2020). Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Nasional Pariwisata*. 12 (September), 106–125.
- Darmayanti, P. W., & Oka, I. M. D. (2020). Implikasi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Bagi Masyarakat Di Desa Bongan. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(2), 142–150.
- Dewi, A. D. T. (2025). Review: Pengolahan hijauan sorgum sebagai alternatif pakan ternak ruminansia. *Jurnal Peternakan Borneo*, 4(1), 2025.
- Fithri, P., Hayuzikra, A., Hasan, A., & Muluk, A. (2023). Pengembangan Produk Roti Sorgum Vla Dadih Dengan Mempertimbangkan Preferensi Konsumen. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(2), 436. <https://doi.org/10.24014/jti.v9i2.22557>

- Hidayah, R., Farid, E. S., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana. *Jurnal EMA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.316>
- Hidayat Sukriadi, E., Wahyu Teresza Rustomo, & Rachmat Astiana. (2022). Tepache Kulit Nanas. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(1), 28–37. <https://doi.org/10.53691/jpi.v18i1.267>
- Kemenparekraf. (2021). Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Standar Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata*. www.jdih.kemenparekraf.go.id
- Permadi, L. A., Retnowati, W., Oktaryani, G. A. S., & Ahyar, M. (2021). Identifikasi Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ancilliary TWA Gunung Tunak Desa Mertak Kecamatan Pujut Lombok Tengah. *Prosiding SAINTEK*, 3, 9–10.
- Program Studi Teknologi Pangan. (2013). *Pengujian Organoleptik*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Sudibya, B. (2018). Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang Wisata Desa dan Desa Wisata. *Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang*, 1(1), 22–25. <http://www.berdesa.com/apa-beda-desa-wisata-dan-wisata-desa>
- Wisnubroto, K. (2024). *Tantangan Besar, Asta Cita, dan Keberlanjutan Pembangunan*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8747/tantangan-besar-asta-cita-dan-keberlanjutan-pembangunan?lang=1>
- Zenitha, C., & Sukriadi, E. H. (2025). *Modification Of Traditional Food (Klepon Cheesecake)*. 4, 17–23.
- Zubair, A., & Padjadjaran, U. (2018). *SORGUM - Tanaman Multi Manfaat* (Issue March). <https://www.researchgate.net/publication/323535445>