

## **Analisis Pengembangan Produk Lokal Abon Kelapa Sangrai di Desa Wisata Kulu Sebagai Daya Tarik Wisata**

**Diva Felita**

Program Studi Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Manado  
Penulis Korespondensi: divafelita805@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat pengembangan produk abon kelapa sangrai, serta merumuskan strategi pengembangannya sebagai daya tarik wisata di Desa Kulu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha lokal serta perangkat desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung pengembangan produk meliputi dukungan masyarakat dan pemerintah desa, ketersediaan bahan baku lokal, cita rasa yang khas, dan daya simpan produk yang tinggi. Sementara itu, faktor penghambat mencakup keterbatasan alat produksi, kurangnya inovasi kemasan, serta minimnya promosi digital. Strategi pengembangan yang disarankan mencakup peningkatan kualitas dan variasi produk, perbaikan kemasan, serta promosi melalui media sosial dan kegiatan desa. Kesimpulannya, abon kelapa sangrai memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi ikon kuliner Desa Kulu yang mampu menarik wisatawan dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.*

*Kata Kunci – Produk Lokal, Daya Tarik Wisata, Strategi Pengembangan*

## ***Analysis of Development of Local Products of Roasted Coconut Flour in Kulu Tourist Village as A Tourist Attraction***

### **Abstract**

*This study aims to analyze the supporting and inhibiting factors in the development of roasted coconut flakes, as well as to formulate development strategies to promote them as a tourist attraction in Kulu Village. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation of local businesses and village officials. The research results indicate that factors supporting product development include community and village government support, availability of local raw materials, distinctive taste, and high product shelf life. Meanwhile, inhibiting factors include limited production equipment, lack of packaging innovation, and minimal digital promotion. The recommended development strategies include improving product quality and variety, enhancing packaging, and promoting the product through social media and village activities. In conclusion, roasted coconut flakes have great potential to be developed into a culinary icon of Kulu Village, capable of attracting tourists while simultaneously improving the well-being of the local community.*

*Keywords – Local Product, Development Strategy, Tourism Attraction*

## PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor ekonomi yang sangat vital bagi suatu daerah, karena dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan membuka akses kepada potensi lokal bagi publik yang lebih luas. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 dalam Samosir dkk., (2025), industri pariwisata adalah gabungan berbagai usaha yang saling berkaitan dan beroperasi di sektor pariwisata untuk menyediakan barang dan jasa demi memenuhi kebutuhan wisatawan saat berwisata. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan tidak hanya bergantung pada keindahan alam dan budaya, tetapi juga pada produk-produk lokal yang menjadi daya tarik khas suatu destinasi. Produk lokal dapat mencerminkan identitas suatu daerah, meningkatkan perekonomian Masyarakat, serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menikmati pengalaman unik di suatu destinasi Desa Kulu, yang terletak di Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara, dikenal memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata.

Salah satu aspek penting yang dapat dikembangkan adalah produk lokal, khususnya makanan khas dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang berpotensi memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen, Kotler dan Amstrong dalam Razak & Triatmanto (2019). Namun terdapat beberapa masalah antara lain seperti kurangnya keterbatasan bahan baku lokal, inovasi dalam pengolahan dan pengemasan produk, Menurut Fauzi & Mandala (2019), Inovasi produk menjadi salah satu faktor utama dalam pertumbuhan perusahaan, karena didasarkan pada evaluasi terhadap kualitas produk agar tetap selaras dengan perubahan selera dan kebutuhan konsumen. serta terbatas upaya pemasaran secara *online* maupun *offline*.

Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama, atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi bahwa konsumen menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk, Sari Desti dkk., (2022). Dampak dari permasalahan ini cukup signifikan, di antaranya produk lokal kurang dikenal dan sulit bersaing, minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Kulu masih rendah, jika kondisi ini terus berlanjut, maka potensi ekonomi desa tidak akan berkembang secara maksimal, serta jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Kulu akan tetap rendah.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Jenis pendekatan kualitatif deskriptif, di mana metode ini lebih mengutamakan pengamatan terhadap fenomena dan mencoba memahami makna yang terkandung di dalamnya, Safarudin dkk., (2023). yang bertujuan untuk menganalisis mendalam mengenai pengembangan abon kelapa sangrai di Desa Wisata Kulu, Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu Maret 2025 hingga Juli 2025. Data yang digunakan berupa Data primer dan sekunder, menurut Sulung & Muspawi (2024) menyebutkan bahwa data primer merupakan sumber

informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti saat melakukan penelitian. Sedangkan data sekunder Menurut Sulung & Muspawi (2024), data sekunder bisa diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen, publikasi resmi pemerintah, analisis industri dari media, serta informasi yang tersedia di situs web dan internet.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Hasil***

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi Pengembangan produk lokal abon kelapa sangrai di Desa Wisata Kulu:

a. Profil Umum Desa

Desa Wisata Kulu terletak di Kabupaten Minahasa, dapat ditempuh sekitar 60 menit dari Kota Manado. Akses jalan menuju desa cukup baik dan dapat dilalui kendaraan roda dua dan empat.

b. Potensi Produk Lokal

Desa Kulu memiliki potensi kelapa yang bisa dimanfaatkan untuk membuat produk unggulan berupa abon kelapa sangrai. Produksi dilakukan secara berkelanjutan dengan bahan baku lokal.

c. Pemasaran dan Promosi Produk

Produk dipasarkan melalui saat event desa serta promosi dilakukan melalui media sosial pribadi. Belum ada strategi promosi terpadu

d. Kelemahan Yang Terlihat

Kemasan masih kurang menarik, belum mempunyai tanggal kadaluarsa di kemasan serta belum memiliki izin BPOM, promosi lemah menjadi produk kurang dikenal luas.

e. Proses Produksi Abon Kelapa Sangrai dan inovasi

Proses pembuatan abon kelapa sangrai dilakukan secara tradisional dengan alat sederhana. Tenaga kerja berasal dari Masyarakat local, terutama ibu rumah tangga dan terdapat inisiatif untuk varian rasa (Pedas, Manis).

Dari hasil observasi yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkan bahwa abon kelapa sangrai di Desa Kulu memiliki potensi menjadi unggulan karena memanfaatkan bahan baku lokal serta dikerjakan melalui produksi sederhana yang melibatkan masyarakat. Namun, kelemahan pada sisi kemasan, izin resmi, dan promosi yang belum maksimal masih menjadi tantangan.

Adapun hasil wawancara dengan Pelaku Usaha dan Perangkat Desa, menunjukkan bahwa:

- a. Faktor Pendukung dan Penghambat Produk Abon Kelapa Sangrai, Pelaku Usaha Abon kelapa sangrai di Desa Kulu memiliki peluang besar untuk dikembangkan karena bahan bakunya tersedia secara lokal, memiliki cita rasa khas yang unik & gurih, tahan lama meski tanpa bahan pengawet,

sehingga cocok dikonsumsi sebagai makanan pendamping maupun camilan. Namun, Pelaku usaha lokal masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan bahan baku karena banyak warga yang memilih kelapa untuk dijadikan kopra, peralatan produksi yang masih manual, serta strategi promosi dan kemasan yang belum memadai. Walaupun pemerintah desa telah memberikan dukungan berupa promosi di berbagai acara lokal, belum ada bantuan nyata dalam bentuk pelatihan atau peralatan, sehingga diperlukan dukungan tambahan agar bisa memajukan produk ini sebagai daya tarik wisata kuliner.

- b. Strategi Pengembangan Produk Abon Kelapa Sangrai di Desa Kulu, Perangkat Desa menjelaskan bahwa Strategi Pengembangan Produk Abon Kelapa Sangrai di Desa Kulu” Pemerintah Desa Kulu menganggap bahwa upaya paling efektif untuk meningkatkan daya tarik abon kelapa sangrai adalah dengan memperbaiki cita rasa dan tampilan kemasan agar lebih menarik, serta memaksimalkan promosi melalui media sosial dan kegiatan desa. Beberapa langkah yang telah dilakukan mencakup pendampingan kepada pelaku usaha, promosi melalui akun media sosial pribadi, dan keterlibatan produk dalam aktivitas wisata desa. Selain itu, pemerintah juga telah menjalin kerja sama dengan PT PLN Persero dalam pelatihan produk melalui program MIB. Namun demikian, promosi yang dilakukan masih bersifat umum dan belum mempunyai media sosial secara khusus untuk abon kelapa sangrai, sehingga perlu ditingkatkan melalui strategi pemasaran yang lebih terarah

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di Desa Wisata Kulu menunjukkan bahwa abon kelapa sangrai memiliki peluang besar untuk dijadikan sebagai salah satu daya tarik dalam wisata kuliner lokal. Observasi lapangan menunjukkan bahwa Desa Kulu memiliki akses jalan yang memadai serta kondisi geografis yang mendukung untuk pengembangan usaha lokal. Produk abon kelapa sangrai diproduksi secara tradisional oleh masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, menggunakan alat sederhana dan bahan baku utama berupa kelapa. Proses produksi masih dilakukan secara manual, namun terdapat inisiatif untuk menciptakan inovasi rasa seperti varian pedas dan manis yang menjadi nilai tambah

### ***Pembahasan***

Faktor Pendukung:

1. Ketersediaan Bahan Baku, Desa kulu memiliki hasil kelapa yang cukup, sehingga bahan baku untuk pembuatan abon mudah diperoleh secara lokal.
2. Ciri khas rasa dan daya tahan produk, Abon kelapa sangrai memiliki cita rasa gurih dengan aroma sangrai yang khas serta daya simpan yang cukup lama meski tanpa bahan pengawet, menjadikannya cocok sebagai oleh-oleh khas
3. Keterlibatan warga lokal, Proses produksi dilakukan oleh warga desa, khususnya ibu rumah tangga, sehingga memberi dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi lokal.

4. Dukungan promosi dari pemerintah desa, Pemerintah Desa turut membantu mengenalkan produk melalui sangrai berbagai kegiatan desa seperti festival atau acara wisata, meskipun belum maksimal.
5. Potensi sebagai produk wisata kuliner, Produk ini berpeluang menjadi salah satu identitas kuliner khas Desa Kulu yang dapat menarik wisatawan.

#### Faktor Penghambat:

1. Keterbatasan Bahan Baku, Beberapa warga lebih memilih menjual kelapa untuk produksi kopra, sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam memperoleh bahan baku untuk abon.
2. Peralatan produksi sederhana, Penggunaan alat-alat sederhana menyebabkan proses produksi memerlukan waktu lebih lama dan kapasitas produksi menjadi terbatas.
3. Kemasan masih sederhana, Produk belum memiliki kemasan yang informatif, seperti label kedaluwarsa dan izin edar resmi, sehingga mengurangi nilai jual.
4. Pemasaran masih terbatas, Pemasaran masih dilakukan secara pribadi melalui media sosial masing-masing pelaku usaha, belum memiliki strategi promosi terstruktur.

#### Strategi Pengembangan Produk Abon Kelapa Sangrai sebagai Daya Tarik Wisata

Strategi pengembangan produk abon kelapa sangrai di Desa Kulu dilakukan melalui tiga pendekatan umum, yaitu inovasi rasa, peningkatan kualitas, dan promosi digital. Inovasi rasa pada abon kelapa sangrai dilakukan untuk meningkatkan daya Tarik produk. Beberapa varian rasa yang harus ditambahkan seperti rasa keju atau barbeque untuk menarik minat generasi muda dan wisatawan mancanegara. Inovasi ini bertujuan agar produk mampu memenuhi selera pasar yang beragam. Peningkatan kualitas produk abon kelapa ini harus diarahkan pada beberapa aspek penting agar produk memiliki keunggulan dan dapat menarik minat wisatawan, kualitas juga perlu ditingkatkan dari segi kemasan. Kemasan juga dikembangkan agar lebih menarik, mencantumkan informasi produk secara lengkap seperti komposisi, tanggal kadaluarsa, sertifikat halal dan izin edar dari BPOM sebagai bentuk jaminan keamanan dan legalitas produk. Dalam aspek promosi, strategi promosi berbasis digital dan media sosial menjadi langkah yang tepat dalam memperluas jangkauan pasar. Agar lebih terarah, strategi ini dapat dianalisis menggunakan marketing funnel, yang menjelaskan tahapan-tahapan penting dalam mempengaruhi Keputusan konsumen dari mengenal produk hingga melakukan pembelian

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa produk lokal tersebut Punya potensi kuat untuk dijadikan bagian dari daya tarik kuliner khas desa yang menarik wisatawan. Produk abon kelapa sangrai menawarkan rasa

yang unik, daya tahan yang cukup lama, serta memanfaatkan kelapa lokal yang menjadi salah satu komoditas andalan Desa Kulu. Faktor pendukung lainnya adalah keterlibatan aktif masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, serta dukungan dari pemerintah desa yang telah memfasilitasi promosi melalui event-event lokal. Namun, pengembangan produk ini juga menghadapi beberapa hambatan, seperti keterbatasan pasokan kelapa akibat persaingan dengan produksi kopra, kemasan yang belum menarik, serta promosi dan pemasaran yang masih terbatas. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang dibutuhkan mencakup inovasi produk, perbaikan kemasan, pemanfaatan media digital untuk promosi, dan kolaborasi dengan sektor pariwisata lokal agar produk ini benar-benar mampu menjadi daya tarik yang mendukung identitas dan perekonomian desa wisata.

## **SARAN**

Saran dari peneliti ini bertujuan untuk mendorong pengembangan produk lokal abon kelapa sangrai agar dapat menjadi daya tarik wisata yang lebih menarik di Kulu. Peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkaitan. Disarankan agar pemerintah desa lebih aktif mendukung, misalnya melalui pelatihan usaha, pemberian alat produksi, promosi digital maupun melalui kegiatan desa, dan memfasilitasi pengurusan izin edar produk seperti BPOM. Bagi pelaku usaha, penting untuk memperhatikan kemasan produk seperti tanggal kadaluarsa yang belum tercantum di kemasan, menjaga konsistensi kualitas, serta menggunakan media sosial dan platform marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Para penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Manado melalui Jurusan Pariwisata dan Program Studi Manajemen Perhotelan yang mendukung penelitian ini.

## **REFERENSI**

- [1] Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Doctoral dissertation, Udayana University).
- [2] Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- [3] Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694.
- [4] Samosir, R. J., Rorong, I. P. F., & Mandei, D. (2025). Kajian Persepsi Masyarakat Pada Pembangunan Pariwisata DSP (Destinasi Super Prioritas) Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat Pada Objek Wisata Danau Toba. *AT-TAKLIM: Jurnal Pendidikan Multidisiplin*, 2(2), 19-40.

- [5] Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafri, L., & Munandar, A. (2022). PKM pengembangan produk lokal singkong menjadi keripik singkong rasa balado khas Desa Petanang program MBKM KKN tematik. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat* Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat, 2(1), 11-19.
- [6] Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.