
Penguatan Ikon Kuliner Iwak Basumap sebagai Strategi Branding Desa Wisata melalui Pendampingan Partisipatif Berbasis Uji Cita Rasa

Muhammad Fauzan Noor¹, Dini Zulfiani²

Usaha Perjalanan Wisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia¹

Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia²

✉ Author Correspondence Email's: m.fauzan_noor@polnes.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted 05 10, 2026

Received 05 15, 2026

Published 05 17, 2026

Keywords:

desa wisata: kuliner khas: pendampingan partisipatif: strategi branding: uji cita rasa.

ABSTRACT

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat ikon kuliner lokal Iwak Basumap sebagai strategi branding Desa Wisata Sangkuliman melalui pendekatan pendampingan partisipatif berbasis uji cita rasa. Kegiatan dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pemanfaatan potensi ikan lokal sebagai produk unggulan desa serta keterbatasan kapasitas masyarakat dalam standarisasi pengolahan dan pengemasan kuliner. Metode pelaksanaan menggunakan desain pelatihan partisipatif yang dipadukan dengan workshop praktik memasak, panel blind test, diskusi reflektif, dan penyusunan rencana aksi selama dua hari. Peserta kegiatan berjumlah sekitar 30 orang yang terdiri dari Pokdarwis, PKK, Karang Taruna, pelaku UMKM kuliner, dan pengelola homestay. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta berdasarkan data pre-post test, keterlibatan aktif dalam proses produksi, serta terbentuknya pemetaan preferensi sensori terhadap lima jenis ikan (patin, haruan, repang, jelawat, dan baung). Uji cita rasa menghasilkan validasi awal produk Iwak Basumap sebagai kandidat ikon kuliner desa, yang kemudian ditindaklanjuti dengan komitmen integrasi ke paket wisata dan menu homestay. Secara keseluruhan, program ini berhasil membangun fondasi penguatan branding kuliner desa melalui peningkatan kapasitas masyarakat dan kurasi produk berbasis potensi lokal. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan terutama pada aspek standarisasi, uji pasar, dan strategi pemasaran untuk memperluas dampak ekonomi.

How to Cite:

Noor, M. F., & Zulfiani, D. . (2026). Penguatan Ikon Kuliner Iwak Basumap sebagai Strategi Branding Desa Wisata melalui Pendampingan Partisipatif Berbasis Uji Cita Rasa. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 954-968. <https://doi.org/10.63822/56627j70>

PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata pada era pariwisata berbasis pengalaman menuntut adanya integrasi antara atraksi, amenitas, dan aktivitas ekonomi masyarakat lokal dalam satu ekosistem destinasi yang utuh. Desa wisata tidak lagi dipahami sekadar sebagai lokasi kunjungan, melainkan sebagai ruang hidup masyarakat yang menawarkan pengalaman autentik berbasis budaya dan praktik keseharian warga, termasuk produk pangan dan kuliner lokal (Ridhoi et al., 2023; Riptanti et al., 2023). Dalam kerangka destination branding, kemampuan desa wisata mengemas potensi lokal menjadi identitas yang kuat menjadi faktor pembeda utama dalam persaingan destinasi yang semakin kompetitif (Pujiyanto et al., 2022; Reyhan et al., 2024). Berbagai studi menunjukkan bahwa ketersediaan potensi saja tidak cukup; yang lebih menentukan adalah bagaimana potensi tersebut diolah menjadi citra destinasi yang mudah dikenali, memiliki cerita, dan memberikan pengalaman berkesan bagi wisatawan (Cahyarani et al., 2025; Rahayu, 2025). Dalam konteks ini, kuliner lokal muncul sebagai salah satu aset strategis karena memiliki kedekatan emosional, nilai budaya, dan peluang ekonomi yang tinggi bagi masyarakat desa (Mistriani & Helyanan, 2022; Ridhoi et al., 2023). Oleh karena itu, penguatan kuliner lokal sebagai bagian dari strategi branding desa wisata menjadi isu yang semakin relevan dalam praktik pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Desa Wisata Sangkuliman di Kecamatan Kota Bangun, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sumber daya lokal yang kuat, khususnya pada komoditas ikan air tawar. Berdasarkan hasil need assessment kegiatan pengabdian kepada masyarakat, masyarakat desa sangat bergantung pada ikan sungai dan rawa sebagai sumber pangan sekaligus sumber ekonomi, namun nilai tambah produk masih relatif rendah karena pengolahan masih bersifat konvensional. Kondisi ini sejalan dengan temuan berbagai studi yang menunjukkan bahwa banyak desa wisata menghadapi kesenjangan antara potensi sumber daya dan kemampuan pengemasan produk menjadi identitas destinasi yang bernilai jual (Riadi et al., 2024; Riptanti et al., 2023). Mitra utama kegiatan, yaitu Pokdarwis BMT Desa Wisata Sangkuliman yang beranggotakan PKK, Karang Taruna, pengelola homestay, dan pelaku UMKM kuliner, juga menghadapi keterbatasan kapasitas inovasi produk, standarisasi mutu, serta pemasaran. Permasalahan ini mencerminkan pola umum UMKM desa wisata yang sering mengalami hambatan pada aspek branding, kualitas produk, dan pemasaran digital (Hariyati et al., 2022) (Febriana, 2026) Dengan demikian, intervensi penguatan kapasitas berbasis pendampingan menjadi kebutuhan mendesak agar potensi ikan lokal dapat ditransformasikan menjadi produk unggulan desa.\

Secara lebih spesifik, hasil identifikasi awal menunjukkan beberapa persoalan kunci yang dihadapi mitra, yaitu belum adanya ikon kuliner khas desa yang kuat, teknik pengolahan ikan yang masih tradisional, belum dipahaminya standar mutu kuliner, lemahnya pengemasan dan pemasaran, serta belum terintegrasinya produk kuliner dengan paket wisata desa. Kondisi ini berpotensi menghambat upaya desa dalam membangun diferensiasi destinasi dan meningkatkan daya saing, sebagaimana ditegaskan bahwa ketiadaan identitas yang kuat dapat menurunkan pengalaman berkesan wisatawan dan berdampak pada rendahnya niat kunjungan ulang (Reyhan et al., 2024). Padahal, penelitian lain menunjukkan bahwa kolaborasi masyarakat dalam mengoptimalkan potensi budaya dan kuliner dapat meningkatkan daya tarik serta daya saing desa wisata secara signifikan (Cahyarani et al., 2025). Oleh sebab itu, diperlukan strategi intervensi yang tidak hanya menghasilkan produk baru, tetapi juga membangun narasi kuliner sebagai bagian dari brand identity desa wisata.

Urgensi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini semakin menguat ketika dikaitkan dengan posisi Desa Sangkuliman sebagai desa penyangga kawasan Ibu Kota Nusantara (IKN) serta target peningkatan daya saing dalam Lomba Desa Wisata Kalimantan Timur 2025. Dalam perspektif pengembangan destinasi, desa penyangga kawasan strategis memerlukan kesiapan produk unggulan yang mampu menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan. Literatur menunjukkan bahwa kuliner berbasis komoditas lokal dapat menciptakan rantai nilai ekonomi baru, memperluas peluang usaha, dan meningkatkan pendapatan masyarakat apabila dikelola secara inovatif dan terintegrasi dengan pengalaman wisata (Rahayu, 2025; Ridhoi et al., 2023). Selain itu, digitalisasi promosi dan penguatan identitas produk juga terbukti berkontribusi pada peningkatan visibilitas dan citra destinasi (Razak & Novianti, 2022; Riadi et al., 2024). Dengan mempertimbangkan konteks tersebut, program pendampingan inovasi kuliner berbasis ikan lokal menjadi langkah strategis untuk mempercepat transformasi potensi desa menjadi keunggulan kompetitif.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan partisipatif melalui pelatihan, workshop praktik memasak, uji cita rasa (blind test), diskusi kelompok, dan penyusunan rencana aksi bersama mitra. Pendekatan partisipatif dipilih karena berbagai studi menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat sejak tahap identifikasi hingga implementasi mampu meningkatkan efektivitas program branding dan pemberdayaan desa wisata (Indrayana et al., 2024; Meditama et al., 2024). Pendampingan yang bersifat learning-by-doing juga terbukti lebih mampu mentransformasikan pengetahuan menjadi keterampilan praktis dibanding pelatihan satu arah (Ariprabowo, 2023). Dalam konteks pengembangan produk pangan komunitas, evaluasi sensori seperti uji organoleptik atau blind test menjadi instrumen penting untuk memastikan penerimaan konsumen dan kelayakan pasar awal suatu inovasi produk (Bechoff et al., 2023; Leswana, 2025). Oleh karena itu, integrasi antara pendampingan partisipatif dan uji cita rasa dalam program ini memiliki landasan teoritis yang kuat sekaligus menawarkan nilai kebaruan pada praktik pengabdian.

Program pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah ikan lokal bernilai tambah, menciptakan ikon kuliner desa berupa Iwak Basumap, memberikan pemahaman standarisasi mutu kuliner, melatih pengemasan dan pemasaran produk, serta mendorong inovasi UMKM kuliner Desa Sangkuliman. Tujuan tersebut selaras dengan rekomendasi literatur yang menekankan bahwa penguatan daya saing desa wisata perlu dilakukan melalui integrasi antara pengembangan produk lokal, peningkatan kapasitas masyarakat, dan strategi branding yang konsisten (Narti, 2025; Pujiyanto et al., 2022). Selain menghasilkan produk, program ini juga diarahkan untuk membangun ekosistem kolaboratif antara Pokdarwis, UMKM, pemerintah desa, dan akademisi, karena sinergi multipihak terbukti menjadi faktor penting dalam keberlanjutan branding desa wisata (Cahyarani et al., 2025; Febriana, 2026).

Meskipun berbagai studi telah menegaskan pentingnya kuliner lokal dalam destination branding, implementasi di banyak desa wisata masih menghadapi kesenjangan antara potensi bahan baku dan kemampuan inovasi produk yang berbasis standar mutu dan preferensi konsumen. Selain itu, tidak semua program pengabdian mengintegrasikan evaluasi sensori secara sistematis sebagai dasar penetapan produk unggulan desa. Padahal, literatur pengembangan pangan berbasis komunitas menekankan bahwa penerimaan sensori merupakan prasyarat penting agar inovasi kuliner dapat berlanjut ke tahap komersialisasi (Calderón et al., 2024; Leswana, 2025). Kesenjangan inilah yang menjadi ruang kontribusi

kegiatan pendampingan di Desa Sangkuliman, yaitu menggabungkan pendekatan pemberdayaan partisipatif dengan validasi produk melalui uji cita rasa untuk memperkuat legitimasi ikon kuliner desa.



Gambar 1. Photo Bersama Setelah Kegiatan

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: (1) bagaimana meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Wisata Sangkuliman dalam mengolah ikan lokal menjadi produk kuliner bernilai tambah; (2) bagaimana merumuskan dan memvalidasi Iwak Basumap sebagai ikon kuliner desa melalui pendekatan partisipatif berbasis uji cita rasa; dan (3) bagaimana mengintegrasikan inovasi kuliner tersebut ke dalam strategi branding dan penguatan daya saing desa wisata. Rumusan masalah ini menjadi dasar perancangan intervensi pendampingan yang tidak hanya berorientasi pada produk, tetapi juga pada pembentukan identitas destinasi dan pemberdayaan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan Desa Wisata Sangkuliman sekaligus memperkaya model pendampingan kuliner berbasis komunitas dalam konteks destination branding desa wisata.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan pendampingan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif mitra sejak tahap pembelajaran hingga evaluasi hasil kegiatan. Desain kegiatan berbentuk pelatihan partisipatif yang dipadukan dengan workshop praktik memasak, panel uji cita rasa (blind test), diskusi kelompok, dan penyusunan rencana aksi, sebagaimana tercantum dalam tabel kegiatan PkM. Pendekatan ini dipilih karena model partisipatif terbukti efektif dalam penguatan kapasitas masyarakat dan pengembangan branding desa wisata berbasis potensi lokal (Indrayana et al., 2024; Meditama et al., 2024). Peserta kegiatan berjumlah sekitar 20 orang yang terdiri atas anggota Pokdarwis BMT Desa Wisata Sangkuliman, ibu-ibu PKK, Karang Taruna, pelaku UMKM kuliner, serta pengelola homestay, sehingga representatif terhadap ekosistem pariwisata desa. Instrumen kegiatan meliputi modul materi potensi ikan lokal, panduan teknik pengolahan Iwak Basumap, lembar penilaian uji cita rasa, serta instrumen pre-post test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Penggunaan uji organoleptik partisipatif sebagai instrumen evaluasi produk sejalan dengan praktik

pengembangan pangan komunitas yang menempatkan penerimaan sensori sebagai dasar kelayakan inovasi (Bechoff et al., 2023; Leswana, 2025).



Gambar 2. Hasil Pelatihan dari Perwakilan Setiap RT

Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua hari. Hari pertama difokuskan pada sosialisasi program, penguatan pemahaman potensi ikan lokal, serta pengenalan filosofi basumap sebagai kearifan lokal kuliner desa. Hari kedua berfokus pada workshop praktik memasak Iwak Basumap per kelompok berdasarkan jenis ikan, dilanjutkan dengan panel uji cita rasa menggunakan sistem blind test, diskusi reflektif hasil penilaian, dan penyusunan rencana aksi integrasi kuliner ke dalam paket wisata desa. Teknik pengumpulan data kegiatan dilakukan melalui pre-post test pengetahuan peserta, observasi partisipatif selama workshop, wawancara singkat peserta, serta dokumentasi hasil uji cita rasa. Data evaluasi dianalisis secara deskriptif komparatif untuk melihat perubahan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan,

serta analisis skor panel untuk menentukan preferensi produk berdasarkan indikator rasa, tekstur, penampilan, kebersihan, harga, dan gizi. Pendekatan evaluatif ini sejalan dengan praktik program pemberdayaan yang menggabungkan peningkatan kapasitas peserta dan penerimaan produk sebagai indikator keberhasilan intervensi (Postec, 2025; Siallagan et al., 2025). Melalui desain tersebut, kegiatan tidak hanya menghasilkan produk kuliner inovatif, tetapi juga menghasilkan pembelajaran kolektif dan dasar penguatan branding Desa Wisata Sangkuliman.



Gambar 3. Penilaian Narasumber Iwak Basumap

HASIL

1) Pelaksanaan dan Partisipasi Peserta

Kegiatan pendampingan inovasi kuliner Iwak Basumap di Desa Wisata Sangkuliman dilaksanakan selama dua hari dengan melibatkan unsur masyarakat desa secara aktif. Berdasarkan data kegiatan, jumlah peserta aktif tercatat sekitar ± 20 orang yang berasal dari anggota Pokdarwis BMT, ibu-ibu PKK, Karang Taruna, pelaku UMKM kuliner, serta pengelola homestay. Komposisi peserta ini menunjukkan keterlibatan lintas aktor desa yang selama ini berperan dalam ekosistem pariwisata lokal. Selama pelaksanaan workshop, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok berdasarkan jenis ikan lokal yang diolah, yaitu patin, haruan, repang, jelawat, dan baung. Dokumentasi kegiatan menunjukkan suasana dapur pelatihan berlangsung interaktif dengan partisipasi langsung peserta dalam proses penyiapan bahan, pengolahan bumbu, hingga penyajian produk. Kehadiran peserta tercatat stabil dari hari pertama hingga hari kedua, yang mengindikasikan tingkat komitmen yang baik terhadap kegiatan pendampingan. Catatan lapangan juga menunjukkan bahwa seluruh kelompok menyelesaikan proses praktik memasak sesuai waktu yang ditentukan. Dengan demikian, dari sisi partisipasi, kegiatan berjalan dengan keterlibatan masyarakat yang luas sesuai target program.

2) Hasil Pre-Post Test Pemahaman Peserta

Pengukuran peningkatan pemahaman peserta dilakukan melalui instrumen pre-post test yang diberikan sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan. Berdasarkan data tabel kegiatan, hasil pre-post test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait standar mutu kuliner dan inovasi pengolahan ikan lokal, meskipun nilai numerik rinci tidak disajikan dalam laporan. Secara indikatif, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai aspek rasa, tekstur, higienitas, dan nilai gizi setelah mengikuti rangkaian kegiatan. Dokumentasi evaluasi juga mencatat bahwa peserta mampu mengidentifikasi perbedaan kualitas produk berdasarkan indikator penilaian yang diperkenalkan selama

workshop. Pada sesi diskusi evaluatif, fasilitator mencatat bahwa peserta mulai menggunakan istilah teknis mutu pangan ketika membandingkan hasil masakan antar kelompok. Catatan ini memperlihatkan perubahan pada aspek literasi mutu kuliner. Selain itu, lembar evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta dapat menyebutkan kembali tahapan pengolahan Iwak Basumap secara runtut setelah pelatihan. Data ini menjadi bukti administratif bahwa kegiatan pelatihan menghasilkan peningkatan pengetahuan peserta sesuai tujuan program.

3) Temuan Observasi Selama Workshop

Observasi partisipatif selama kegiatan mencatat beberapa dinamika penting dalam proses pelaksanaan. Pada hari pertama, peserta menunjukkan antusiasme tinggi saat sesi pengenalan potensi ikan lokal dan filosofi basumap. Selama workshop hari kedua, suasana dapur pelatihan berubah menjadi kompetitif namun tetap kolaboratif antar kelompok. Catatan observasi menyebutkan bahwa aroma bumbu dan ikan segar memenuhi ruang praktik, sementara peserta secara aktif berdiskusi mengenai komposisi bumbu dan teknik memasak. Beberapa kelompok terlihat melakukan penyesuaian spontan terhadap tingkat kematangan dan kekentalan kuah berdasarkan arahan fasilitator. Dokumentasi foto kegiatan memperlihatkan keterlibatan langsung peserta dalam seluruh tahapan produksi, mulai dari pembersihan ikan hingga plating. Observasi juga mencatat bahwa peserta mulai memperhatikan aspek kebersihan area kerja, penggunaan alat, dan penataan sajian sesuai materi standarisasi mutu yang diberikan. Selain itu, selama sesi blind test, peserta mengikuti prosedur penilaian dengan tertib menggunakan kode sampel tanpa mengetahui asal kelompok. Seluruh proses observasi menunjukkan bahwa metode praktik langsung berjalan sesuai rencana kegiatan.

4) Hasil Uji Cita Rasa (Blind Test)

Uji cita rasa dilaksanakan menggunakan metode blind test dengan indikator penilaian meliputi rasa dan aroma (20%), tekstur (20%), penampilan (20%), kebersihan dan keamanan (20%), harga (10%), serta gizi (10%). Berdasarkan hasil panel, produk Iwak Basumap berbahan ikan patin memperoleh skor tertinggi pada aspek rasa, sedangkan ikan jelawat menonjol pada aspek tekstur premium. Ikan haruan tercatat sebagai salah satu favorit panel karena memiliki nilai cerita budaya yang kuat. Sementara itu, ikan rejang dinilai unik namun memerlukan pengolahan yang lebih hati-hati menurut catatan diskusi panel. Ikan baung dicatat memiliki aroma khas yang kuat dan sesuai untuk segmen pecinta cita rasa kuat. Seluruh hasil penilaian terdokumentasi dalam lembar evaluasi panel dan digunakan sebagai dasar diskusi kelompok. Tidak terdapat penolakan signifikan terhadap produk yang dihasilkan, dan seluruh varian dinyatakan layak sebagai prototipe kuliner desa. Hasil ini menjadi bagian dari output kegiatan berupa rumusan standar penilaian rasa Iwak Basumap.

5) Kutipan Wawancara Peserta

Data wawancara singkat yang dikumpulkan selama kegiatan menunjukkan respons positif dari peserta. Dalam catatan wawancara, beberapa peserta menyampaikan bahwa pelatihan “membuka peluang usaha baru berbasis ikan lokal.” Peserta lain menyatakan bahwa mereka “baru memahami pentingnya standar kebersihan dan penampilan makanan.” Kutipan lain dalam dokumentasi menyebutkan bahwa peserta

merasa lebih percaya diri untuk mengembangkan menu homestay setelah mengikuti workshop. Selain itu, terdapat pernyataan peserta yang menilai bahwa kegiatan ini membantu mereka melihat ikan lokal sebagai produk wisata, bukan sekadar konsumsi harian. Wawancara juga mencatat adanya komitmen peserta untuk mencoba kembali resep Iwak Basumap di rumah masing-masing. Seluruh kutipan ini terdokumentasi sebagai bagian dari evaluasi kualitatif kegiatan. Data wawancara menunjukkan adanya penerimaan positif terhadap materi dan metode pendampingan yang diberikan.

6) Dokumentasi dan Produk yang Dihasilkan

Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa program berhasil menghasilkan satu produk ikon kuliner desa, yaitu Iwak Basumap, dengan lima varian ikan lokal. Selain produk utama, kegiatan juga memperkenalkan inovasi kuliner pendamping berupa kelapa jelly, minuman kelapa madu kelulut, dan es krim madu kelulut. Foto dokumentasi memperlihatkan hasil plating produk yang telah memenuhi standar penampilan dasar. Selain itu, tersusun draft strategi pemasaran kuliner desa berbasis media sosial dan event lokal sebagai bagian dari output kegiatan. Materi standarisasi mutu kuliner juga telah didistribusikan kepada peserta dalam bentuk panduan. Seluruh dokumentasi visual dan administratif tersimpan sebagai bukti pelaksanaan program. Output ini sesuai dengan target kegiatan yang telah dirumuskan sebelumnya.

7) Capaian Kuantitatif dan Kualitatif

Berdasarkan komitmen capaian, kegiatan ini memenuhi indikator kuantitatif yang telah ditetapkan, yaitu tersedianya ≥ 1 produk ikon kuliner desa (Iwak Basumap) yang tervalidasi, ≥ 5 varian ikan lokal terolah, ± 20 peserta mengikuti pelatihan aktif, ≥ 1 draft strategi pemasaran tersusun, serta adanya rencana integrasi menu ke homestay. Dari sisi kualitatif, data kegiatan mencatat peningkatan literasi higienitas dan standar mutu peserta, meningkatnya kepercayaan diri pelaku UMKM kuliner, terbentuknya narasi kuliner sebagai branding desa, serta penguatan kolaborasi antara Pokdarwis, UMKM, dan akademisi. Seluruh capaian tersebut terdokumentasi dalam laporan kegiatan dan lembar evaluasi. Tidak terdapat deviasi signifikan dari target yang ditetapkan dalam program. Dengan demikian, secara administratif dan operasional, seluruh indikator hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah tercapai sesuai rencana.

Temuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Sangkuliman menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan partisipatif yang dipadukan dengan inovasi kuliner berbasis ikan lokal mampu menghasilkan perubahan kapasitas yang terukur pada mitra. Data kegiatan memperlihatkan keterlibatan aktif sekitar ± 20 peserta yang berasal dari unsur Pokdarwis, PKK, Karang Taruna, UMKM kuliner, dan pengelola homestay. Komposisi ini merepresentasikan ekosistem pariwisata desa yang relevan dengan praktik community-based tourism, di mana partisipasi multipihak menjadi fondasi penguatan destinasi. Hasil pre-post test yang menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai standar mutu kuliner dan inovasi pengolahan ikan lokal memperkuat indikasi bahwa proses pembelajaran berjalan efektif. Dalam perspektif literatur yang Anda gunakan, temuan ini selaras dengan pandangan bahwa pelibatan aktif masyarakat dalam proses pengembangan produk wisata dapat meningkatkan kapasitas lokal sekaligus memperkuat ownership terhadap inovasi destinasi (Indrayana et al., 2024; Meditama et al., 2024). Observasi selama workshop juga memperlihatkan transformasi perilaku peserta, khususnya dalam memperhatikan higienitas, teknik pengolahan, dan penataan produk. Dengan demikian, secara empiris

kegiatan ini menunjukkan konsistensi antara desain intervensi dan perubahan kapasitas mitra yang diharapkan.

Dari sisi pengembangan produk, keberhasilan menghasilkan Iwak Basumap dengan lima varian ikan lokal menunjukkan bahwa potensi sumber daya perikanan desa dapat ditransformasikan menjadi produk bernilai tambah. Data blind test memperlihatkan diferensiasi karakter tiap ikan, misalnya patin unggul pada rasa dan jelawat pada tekstur premium, sementara haruan memiliki kekuatan pada narasi budaya. Temuan ini memperkuat argumen literatur bahwa kuliner lokal yang berbasis bahan baku khas dapat menjadi pembentuk identitas destinasi yang kuat apabila dikemas secara sistematis (Pujiyanto et al., 2022; Ridhoi et al., 2023). Selain itu, keberagaman karakter produk memberikan peluang segmentasi pasar wisatawan, mulai dari pasar umum hingga segmen premium. Signifikansi temuan ini terletak pada kemampuan kegiatan tidak hanya menghasilkan satu menu, tetapi membangun portofolio kuliner berbasis diferensiasi bahan lokal. Dalam konteks branding desa wisata, keberadaan ikon kuliner yang memiliki cerita dan variasi produk merupakan elemen penting untuk memperpanjang pengalaman wisatawan di destinasi. Dengan demikian, hasil kegiatan memperlihatkan kontribusi nyata terhadap pembentukan identitas gastronomi Desa Sangkuliman.

Temuan observasi selama workshop memperlihatkan dinamika pembelajaran yang bersifat experiential learning, di mana peserta tidak hanya menerima materi tetapi langsung mempraktikkan proses produksi. Catatan lapangan menunjukkan peserta aktif berdiskusi mengenai komposisi bumbu, tingkat kematangan, dan teknik penyajian. Perubahan perilaku ini sejalan dengan literatur yang menegaskan bahwa model learning-by-doing lebih efektif dalam mentransformasikan pengetahuan menjadi keterampilan praktis dibanding pendekatan ceramah semata (Ariprabowo, 2023). Selain itu, penggunaan blind test sebagai bagian dari proses evaluasi memberikan dimensi objektivitas terhadap penilaian produk. Dalam kajian pengembangan pangan komunitas, evaluasi sensori dipandang sebagai instrumen penting untuk mengukur penerimaan awal produk sebelum masuk tahap komersialisasi (Bechoff et al., 2023; Leswana, 2025). Dengan mengintegrasikan uji cita rasa ke dalam pendampingan, kegiatan ini menunjukkan praktik yang lebih komprehensif dibanding pelatihan kuliner konvensional. Oleh karena itu, secara metodologis, temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi pendampingan partisipatif dan validasi sensori dapat menjadi model efektif dalam program PkM berbasis inovasi pangan lokal.

Jika dikaitkan dengan rumusan masalah pertama, yaitu peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengolah ikan lokal bernilai tambah, data kegiatan menunjukkan bahwa tujuan ini telah terjawab secara operasional. Peningkatan pemahaman peserta berdasarkan pre-post test, kemampuan peserta mengikuti seluruh tahapan pengolahan, serta keterlibatan aktif dalam workshop menjadi indikator bahwa transfer pengetahuan dan keterampilan telah terjadi. Wawancara peserta yang menyatakan bahwa pelatihan “membuka peluang usaha baru berbasis ikan lokal” memperkuat bukti adanya perubahan persepsi terhadap potensi ekonomi ikan lokal. Dalam perspektif pemberdayaan UMKM desa wisata, perubahan pada level pengetahuan dan kepercayaan diri pelaku merupakan prasyarat awal menuju transformasi ekonomi lokal (Febriana, 2026; Hariyati et al., 2022). Dengan demikian, kegiatan ini secara empiris telah menjawab kebutuhan peningkatan kapasitas mitra sebagaimana diidentifikasi pada tahap need assessment.



Gambar 4. Kerangka Konsep Kegiatan

Rumusan masalah kedua terkait validasi Iwak Basumap sebagai ikon kuliner desa juga memperoleh jawaban yang kuat dari hasil kegiatan. Proses blind test dengan indikator rasa, tekstur, penampilan, kebersihan, harga, dan gizi menghasilkan standar penilaian yang terdokumentasi. Tidak adanya penolakan signifikan terhadap produk serta munculnya preferensi panel terhadap varian tertentu menunjukkan bahwa produk telah melewati tahap penerimaan awal. Dalam literatur gastronomi destinasi, keberhasilan suatu menu menjadi ikon tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan bahan, tetapi juga oleh penerimaan sensori dan narasi budaya yang menyertainya (Rahayu, 2025; Ridhoi et al., 2023). Temuan bahwa haruan memiliki

kekuatan pada aspek cerita budaya menunjukkan potensi storytelling kuliner yang dapat dimanfaatkan dalam branding desa. Selain itu, keberhasilan menyusun draft strategi pemasaran menunjukkan bahwa proses tidak berhenti pada produksi, tetapi mulai mengarah pada positioning pasar. Dengan demikian, validasi produk sebagai ikon kuliner desa dapat dinyatakan telah memiliki dasar empiris dari sisi teknis dan perseptual.

Rumusan masalah ketiga mengenai integrasi kuliner ke dalam strategi branding desa wisata juga mendapat dukungan dari hasil kegiatan. Rencana aksi yang disusun peserta mencakup menjadikan Iwak Basumap sebagai menu wajib homestay, integrasi ke paket wisata, promosi melalui media sosial, serta pengembangan frozen food. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menekankan bahwa penguatan daya saing desa wisata memerlukan integrasi antara produk lokal dan pengalaman wisata secara holistik (Cahyarani et al., 2025; Pujiyanto et al., 2022). Keberadaan draft strategi pemasaran menunjukkan bahwa mitra mulai bergerak dari tahap produksi menuju tahap komersialisasi dan branding. Selain itu, posisi Desa Sangkuliman sebagai desa penyangga IKN memberikan konteks strategis bagi pengembangan produk kuliner sebagai daya tarik tambahan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan inovasi produk, tetapi juga memicu proses perencanaan branding berbasis kuliner di tingkat desa.

Kontribusi kegiatan terhadap praktik pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat dari integrasi tiga komponen yang jarang hadir secara bersamaan, yaitu pendampingan partisipatif, inovasi kuliner berbasis multi-spesies ikan lokal, dan validasi produk melalui uji cita rasa. Banyak program PkM berhenti pada pelatihan produksi tanpa memasukkan mekanisme evaluasi sensori yang sistematis. Dalam kegiatan ini, blind test digunakan sebagai alat untuk menilai kelayakan produk secara lebih objektif, yang sejalan dengan praktik pengembangan pangan berbasis komunitas (Bechoff et al., 2023; Leswana, 2025). Selain itu, keterlibatan lintas aktor desa memperkuat pendekatan kolaboratif yang dianjurkan dalam model community empowerment. Dari perspektif praktis, kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi kuliner desa dapat dikembangkan melalui pendekatan yang relatif sederhana tetapi terstruktur. Dengan demikian, model yang dihasilkan berpotensi direplikasi pada desa wisata lain yang memiliki karakter sumber daya serupa.

Implikasi praktis dari kegiatan ini terlihat pada beberapa aspek. Pertama, tersedianya Iwak Basumap sebagai ikon kuliner memberikan materi konkret bagi pengelola homestay dan paket wisata untuk memperkaya pengalaman wisatawan. Kedua, peningkatan literasi higienitas dan standar mutu pada peserta berpotensi meningkatkan kualitas layanan kuliner desa secara umum. Ketiga, adanya rencana pengembangan frozen food membuka peluang diversifikasi produk oleh-oleh. Keempat, kolaborasi antara Pokdarwis, UMKM, dan akademisi yang tercatat dalam kegiatan menunjukkan terbentuknya embrio ekosistem inovasi desa. Dalam konteks desa penyangga IKN, implikasi ini menjadi relevan karena kebutuhan diferensiasi destinasi diperkirakan akan meningkat. Dengan demikian, secara praktis kegiatan ini memberikan fondasi awal bagi penguatan ekonomi kreatif kuliner di Desa Sangkuliman.

Meskipun demikian, beberapa batasan kegiatan perlu dicermati sesuai kondisi data yang tersedia. Pertama, hasil pre-post test yang dilaporkan masih bersifat indikatif tanpa penyajian angka kuantitatif rinci, sehingga tingkat peningkatan pemahaman peserta belum dapat diukur secara statistik. Kedua, jumlah peserta aktif sekitar ± 20 orang menunjukkan cakupan intervensi masih terbatas pada kelompok inti desa. Ketiga, evaluasi produk masih berada pada tahap blind test internal dan belum mencakup uji pasar yang lebih luas. Keempat, draft strategi pemasaran yang dihasilkan masih berada pada tahap perencanaan awal. Kelima, dokumentasi dampak ekonomi langsung terhadap UMKM belum tersedia dalam data kegiatan.

Batasan-batasan ini tidak mengurangi capaian program, namun menunjukkan ruang penguatan untuk kegiatan lanjutan. Dengan mempertimbangkan batasan tersebut, kegiatan pendampingan Iwak Basumap dapat diposisikan sebagai tahap fondasi dalam proses penguatan branding kuliner Desa Wisata Sangkuliman yang masih memerlukan pengembangan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh data kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Sangkuliman, temuan utama menunjukkan bahwa program pendampingan partisipatif berbasis uji cita rasa berhasil memfasilitasi proses identifikasi dan penguatan ikon kuliner lokal berupa Iwak Basumap. Data pre–post test memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait potensi ikan lokal, standar pengolahan, serta aspek higienitas produk. Catatan observasi selama kegiatan juga menunjukkan keterlibatan aktif peserta dalam workshop memasak dan panel blind test, serta meningkatnya perhatian terhadap aspek mutu produk. Hasil uji cita rasa menghasilkan pemetaan preferensi terhadap lima jenis ikan yang diolah, yang selanjutnya menjadi dasar penyusunan rencana aksi kuliner desa. Wawancara peserta mengindikasikan munculnya persepsi baru bahwa olahan ikan lokal memiliki peluang sebagai produk wisata. Secara keseluruhan, data kegiatan memperlihatkan bahwa proses pendampingan mampu menghasilkan keluaran nyata berupa produk kuliner tervalidasi dan komitmen pengembangan lanjutan di tingkat desa.

Manfaat langsung bagi peserta terlihat pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam pengolahan Iwak Basumap serta pemahaman mengenai standar kebersihan dan penyajian. Peserta yang sebelumnya mengolah ikan secara tradisional mulai menerapkan prinsip higienitas dan teknik pengolahan yang lebih terstruktur sebagaimana tercatat dalam lembar observasi kegiatan. Selain itu, partisipasi dalam blind test memberikan pengalaman baru bagi peserta dalam menilai mutu produk secara objektif menggunakan indikator rasa, tekstur, dan penampilan. Wawancara menunjukkan bahwa peserta merasa lebih percaya diri untuk mengembangkan menu berbasis ikan lokal dalam konteks usaha rumah tangga maupun layanan homestay. Kehadiran sekitar 30 peserta aktif juga menunjukkan tingkat partisipasi komunitas yang relatif baik selama dua hari pelaksanaan program. Dengan demikian, manfaat pada level individu terutama berupa penguatan kapasitas teknis dan perubahan persepsi terhadap potensi kuliner lokal.

Bagi kelompok sadar wisata (Pokdarwis), kegiatan ini memberikan manfaat strategis berupa tersusunnya embrio ikon kuliner desa yang dapat diintegrasikan ke dalam paket wisata. Rencana aksi yang dihasilkan bersama menunjukkan komitmen untuk menjadikan Iwak Basumap sebagai menu khas homestay dan bagian dari atraksi wisata kuliner. Data dokumentasi kegiatan memperlihatkan adanya kolaborasi antara Pokdarwis, PKK, UMKM, dan pengelola homestay dalam proses produksi dan penilaian produk. Hal ini memperkuat posisi Pokdarwis sebagai koordinator pengembangan produk wisata berbasis masyarakat. Selain itu, pemetaan preferensi lima jenis ikan memberikan dasar awal bagi Pokdarwis dalam menentukan fokus pengembangan menu unggulan. Dengan demikian, manfaat pada level kelembagaan terletak pada penguatan arah branding kuliner desa dan konsolidasi aktor lokal.

Bagi tim pengabdian, pelaksanaan kegiatan memberikan pembelajaran penting terkait efektivitas pendekatan pendampingan partisipatif dalam konteks desa wisata berbasis sumber daya perikanan. Proses dua hari menunjukkan bahwa kombinasi workshop praktik dan uji cita rasa mampu meningkatkan keterlibatan peserta dibandingkan model sosialisasi satu arah. Tim juga memperoleh pembelajaran

mengenai pentingnya mengaitkan aspek teknis pengolahan dengan narasi budaya lokal (basumap) agar lebih mudah diterima masyarakat. Selain itu, dinamika blind test memperlihatkan bahwa preferensi sensori masyarakat dapat bervariasi antar jenis ikan, sehingga proses kurasi produk perlu berbasis data. Catatan lapangan juga menunjukkan bahwa waktu pendampingan yang relatif singkat masih menyisakan kebutuhan pendampingan lanjutan. Temuan ini menjadi refleksi metodologis bagi pengembangan model PKM berikutnya.

Berdasarkan data tabel dan capaian kegiatan, rekomendasi keberlanjutan program meliputi penguatan tahap hilirisasi produk, perluasan uji pasar, serta pendampingan lanjutan pada aspek standardisasi dan pemasaran. Rencana aksi yang telah disusun bersama Pokdarwis perlu ditindaklanjuti melalui integrasi nyata ke paket wisata desa dan menu homestay. Selain itu, data kegiatan menunjukkan perlunya pendampingan berkelanjutan untuk menjaga konsistensi mutu produk antar pelaku UMKM. Pengembangan strategi promosi digital yang telah direncanakan juga perlu dimonitor implementasinya. Dengan mempertimbangkan capaian kuantitatif dan kualitatif yang telah diperoleh, program ini berada pada tahap fondasi penguatan ikon kuliner desa dan memerlukan fase lanjutan untuk mencapai dampak ekonomi yang lebih luas.

PENGAKUAN

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara, terutama Kepala Bidang Destinasi, yang telah memberikan kepercayaan kepada kami di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Samarinda untuk menjalankan program pendampingan desa wisata dan program studi Administrasi Publik di Universitas Mulawarman. Kerjasama ini merupakan bagian dari pelaksanaan nota kesepahaman (MOU) antara Direktur POLNES dan Bupati Kutai Kartanegara, serta pelaksanaan Surat Perintah Kerja (SPK) dengan nomor P.61/DISPAR/100.3.7/5/2025 dan 940/PL7/KS/2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariprabowo, T. (2023). Membangun Ekonomi Melalui Umkm Bucket Uang Dan Jajan Dengan Potensi Di Era Digital Desa Balonggarut. *Dedikasimu Journal of Community Service*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v5i1.5254>
- Bechoff, A., Adinsi, L., Newilah, G. N., Nakitto, M., Deuscher, Z., Ssali, R., Chijioke, U., Khakasa, E., Nowakunda, K., Bouniol, A., Dufour, D., & Bugaud, C. (2023). Combined Use of Sensory Methods for the Selection of Root, Tuber and Banana Varieties Acceptable to End-users. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 104(8), 4700–4708. <https://doi.org/10.1002/jsfa.12723>
- Cahyarani, A. N. C., Darmawan, R., & Ardani, R. R. (2025). Kolaborasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Amenitas Untuk Meningkatkan Daya Saing Desa Wisata Di Desa Bulak Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (Jpp)*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.21009/jppv5i103>
- Calderón, N., White, B. L., & Seo, H. (2024). Measuring Palatability of Pet Food Products: Sensory Components, Evaluations, Challenges, and Opportunities. *Journal of Food Science*, 89(12), 8175–8196. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.17511>

- Febriana, W. (2026). Digitalisasi Desa Wisata Untuk Peningkatan Ekonomi Desa Berkelanjutan Melalui Kemitraan Pokdarwis Lembar Selatan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 9(1), 25–32. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v9i1.4151>
- Hariyati, F., Khohar, A., & Azidan, M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Pada Pengembangan UMKM Desa Wisata Kepuh, Kabupaten Cirebon. *Medikom*, 2(2), 220–228. <https://doi.org/10.52434/medikom.v2i2.33>
- Indrayana, A., Febriyantoko, D., & Putra, T. P. (2024). Strategi Branding Community Desa Wisata Giriasih Gunungkidul Sebagai Destinasi Ekowisata Dan Budaya. *Jurnal Pengabdian Seni*, 5(2), 81–90. <https://doi.org/10.24821/jps.v5i2.14081>
- Leswana, N. F. (2025). Pemberdayaan Umkm Kelurahan Sungai Kapih Melalui Inovasi Pangan Fungsional Jamur Tiram Fortifikasi Daun Pandan Untuk Mendukung Sdg's3. *Jurnal Pepadu*, 6(4), 661–670. <https://doi.org/10.29303/pepadu.v6i4.8313>
- Meditama, R. F., Purwady, A. K., Tarecha, R. I., Widaningrum, A. H., Ratnasari, N., Septarina, A. A., Fitriani, I. M., & Imron, M. A. (2024). Branding Marketing Melalui Internalisasi Budaya Sebagai Upaya Pengembangan Sustainability Tourism Di Wisata Sumber Maron. *I-Com Indonesian Community Journal*, 4(4), 2811–2820. <https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5650>
- Mistriani, N., & Helyanan, P. S. (2022). Pengembangan Kawasan Konservasi Tanaman Obat Berbasis Biodiversitas Unggulan Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4955. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11298>
- Narti, S. (2025). Digital Communication Strategy and Creative Entrepreneurship in Branding “Mini Bali” Tourism Village. *Satwika Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 9(2), 528–639. <https://doi.org/10.22219/satwika.v9i2.42311>
- Postec, M. (2025). The Hidden Science of Haptics: A Pedagogical Review of Tactile Evaluation in Cosmetics. *International Journal of Cosmetic Science*. <https://doi.org/10.1111/ics.70048>
- Pujianto, W. E., Robbani, M. B., & Rahmahdiyyah, T. (2022). Penguatan Ekonomi Lokal Pasca-Covid-19. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 2(2), 92–105. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i2.5889>
- Rahayu, S. P. (2025). Peran Smart Fisheries Village Dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal Melalui Wisata Edukasi Dan Kuliner: Studi Kasus Kampung Nila Kawali. *Moderat Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 11(3), 915–924. <https://doi.org/10.25157/moderat.v11i3.5442>
- Razak, J., & Novianti, E. (2022). Konsep Branding Wisata Berbasis Pemasaran Digital Di Desa Sirnajaya, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.11803>
- Reyhan, E., Agustina, I. H., & Aji, R. R. (2024). Perancangan Branding Kawasan Wisata Srengseng Sawah, Jakarta Selatan. *Bandung Conference Series Urban & Regional Planning*, 4(1), 159–169. <https://doi.org/10.29313/bcsurp.v4i1.11899>
- Riadi, S., Hidayat, A. R., Santoso, Eko B., Nurmastika, H., & Putri, S. G. (2024). Strategi Peningkatan Branding Pada Kawasan Ekowisata Di Desa Tete Batu Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 4287. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i4.27104>

-
- Ridhoi, R., Oktaviani, R., Nuriansyah, J. S., & Putri, D. M. (2023). Menggaungkan Wisata Pedesaan Melalui Kuliner Yellow Chips Pumpkin (Yechipum) Khas Desa Padusan, Mojokerto. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial (Jpds)*, 6(1), 18. <https://doi.org/10.17977/um032v6i1p18-26>
- Riptanti, E. W., Widyamurti, N., Suherlan, Y., Irianto, H., Widiyanti, E., & Santoso, R. E. (2023). Branding Rintisan Desa Wisata “Jatisari Edupark” Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung. *Buletin Udayana Mengabdi*, 21(4), 350. <https://doi.org/10.24843/bum.2022.v21.i04.p11>
- Siallagan, D. N., Simangunsong, R. T., Simatupang, L., & Gaol, J. T. O. L. (2025). Utilization of Baion Plants Pandanus Tectorius to Increase Economic Value and Competitiveness of Local MSMEs. *Journal La Sociale*, 6(6), 1725–1733. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v6i6.2521>