

WEBINAR KORPRI MENYAPA ASN

WISATA KULINER INDONESIA

Topik: “PENGUATAN EKOSISTEM BISNIS WIRAUSAHA DIBIDANG KULINER”

Jakarta, 25 Maret 2025

Disampaikan dalam Webinar Korpri Menyapa ASN





VISI RPJMN

"Bersama Indonesia
Maju Menuju Indonesia
Emas 2045"

PERAN KEMENTERIAN UMKM

ASTA CITA 2

Memantapkan sistem pertahanan keamanan negara dan mendorong kemandirian bangsa melalui swasembada pangan, energi, air, **ekonomi syariah, ekonomi digital, ekonomi hijau, dan ekonomi biru**

ASTA CITA 3

Melanjutkan pengembangan infrastruktur dan **meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif** serta mengembangkan agromaritim industri di sentra produksi melalui peran aktif koperasi

ASTA CITA 4

Memperkuat Pembangunan SDM, sains, teknologi, Pendidikan, Kesehatan, prestasi olahraga, kesetaraan gender, serta penguatan peran Perempuan, pemuda (Generasi milenial dan generasi Z), dan penyandang disabilitas

ASTA CITA 6

Membangun dari desa dan dari bawah untuk pertumbuhan ekonomi, pemerataan ekonomi, dan pemberantasan kemiskinan

ASTA CITA 7

Memperkuat reformasi politik, hukum, dan birokrasi serta memperkuat pencegahan dan pemberantasan korupsi, narkoba, judi dan penyelundupan

PRODUKTIVITAS UMKM DAN KOPERASI

SASARAN UTAMA :

Meningkatnya Lapangan Kerja yang Berkualitas

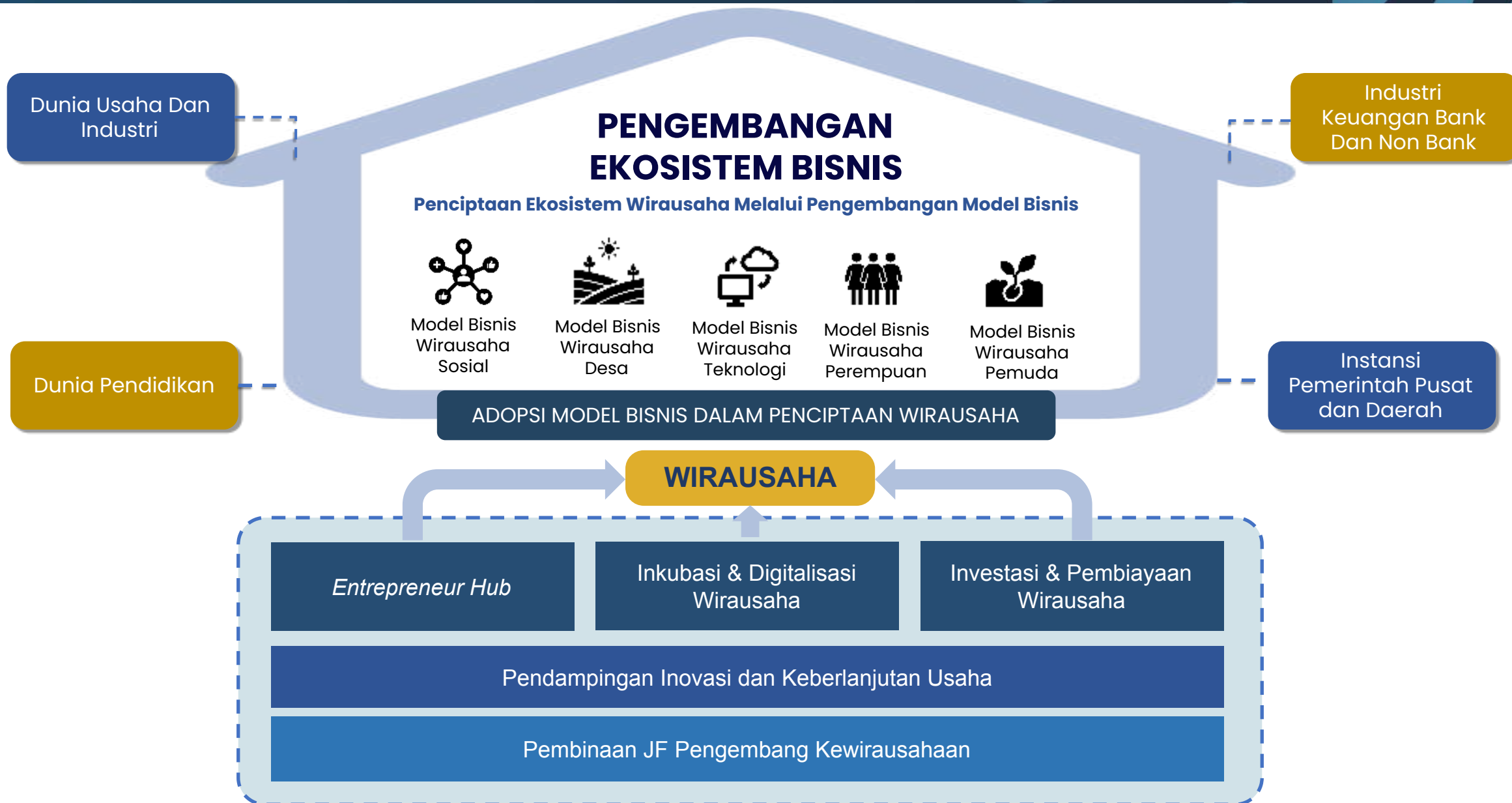
INDIKATOR	BASLINE	TARGET (%)	
 PROPORSI JUMLAH USAHA KECIL DAN MENENGAH	3,06 (Tahun 2024)	3,10 (Tahun 2025)	3,30 (Tahun 2029)
 RASIO KEWIRAUSAHAAN	3,08 (Tahun 2024)	3,14 (Tahun 2025)	3,60 (Tahun 2029)

Catatan: - Rancangan RPJMN 2025-2029, Kementerian PPN/Bappenas
- Sumberdata **SAKERNAS Tahun 2024: 56.201.395 UMKM.**

TANTANGAN PEMBERDAYAAN UMKM

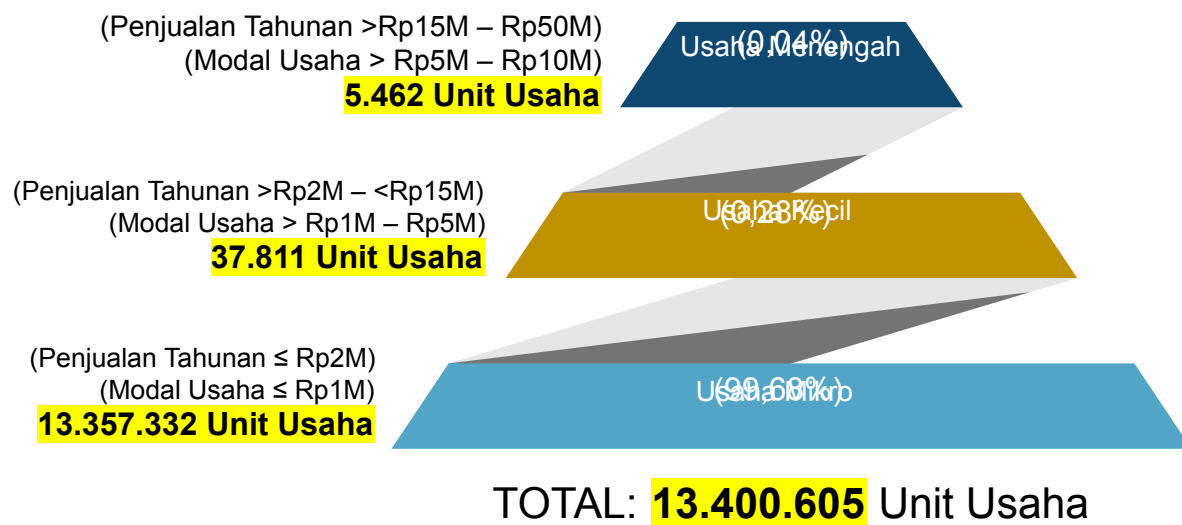
- Mayoritas UMKM masih berskala Usaha Mikro**, sehingga belum mampu menyediakan lapangan kerja yang layak
- Kurangnya penerapan standar, sertifikasi, teknologi dan inovasi** pada wirausaha dan UMKM
- Rendahnya kemitraan UMKM** dalam rantai nilai industri
- Belum optimalnya ekosistem usaha** dalam mendukung pengembangan kewirausahaan dan UMKM
- Kurangnya akses pembiayaan bagi UMKM** yang tidak memiliki agunan sehingga perlu dikembangkan sistem *Innovative Credit Scoring* yang menggunakan data telekomunikasi dan data pembayaran lainnya untuk menilai kelayakan kredit UMKM.

PENGEMBANGAN EKOSISTEM KEWIRAUSAHAAN



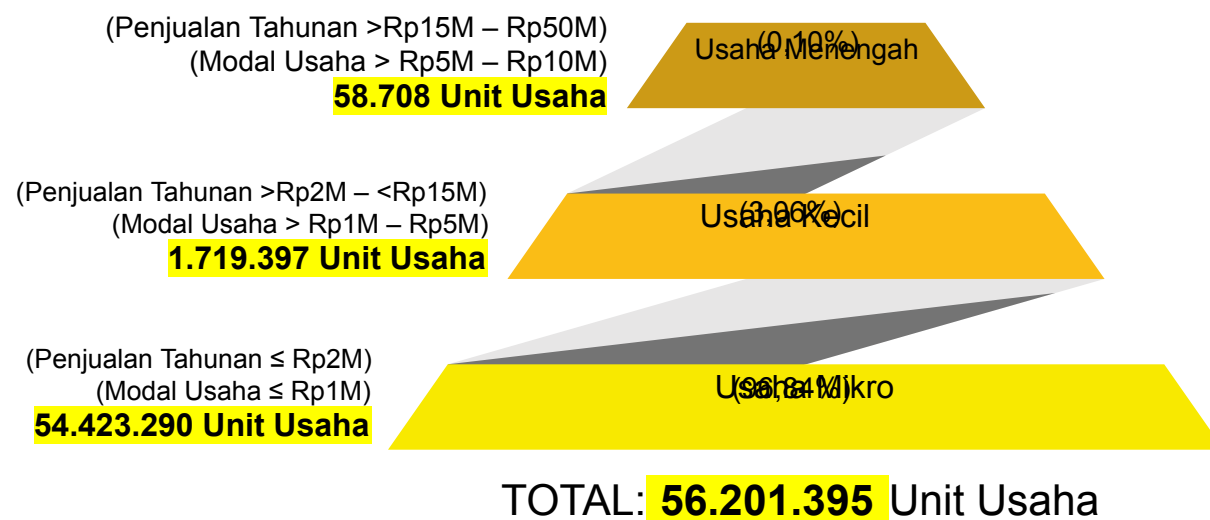
STRUKTUR UMKM INDONESIA

BERDASARKAN SIDT TAHUN 2023



Sumber: Hasil Pendataan Lengkap KUMKM, Kementerian Koperasi dan UKM (2023)

BERDASARKAN DATA SAKERNAS TAHUN 2024



Sumber: Data Sakernas bulan Agustus 2024,

TOTAL DATA BY NAME BY ADDRESS TAHUN 2024

58,9 JUTA UMKM

JUMLAH UMKM
DALAM SIDT TAHUN
2024

**17,1
JUTA
UMKM**

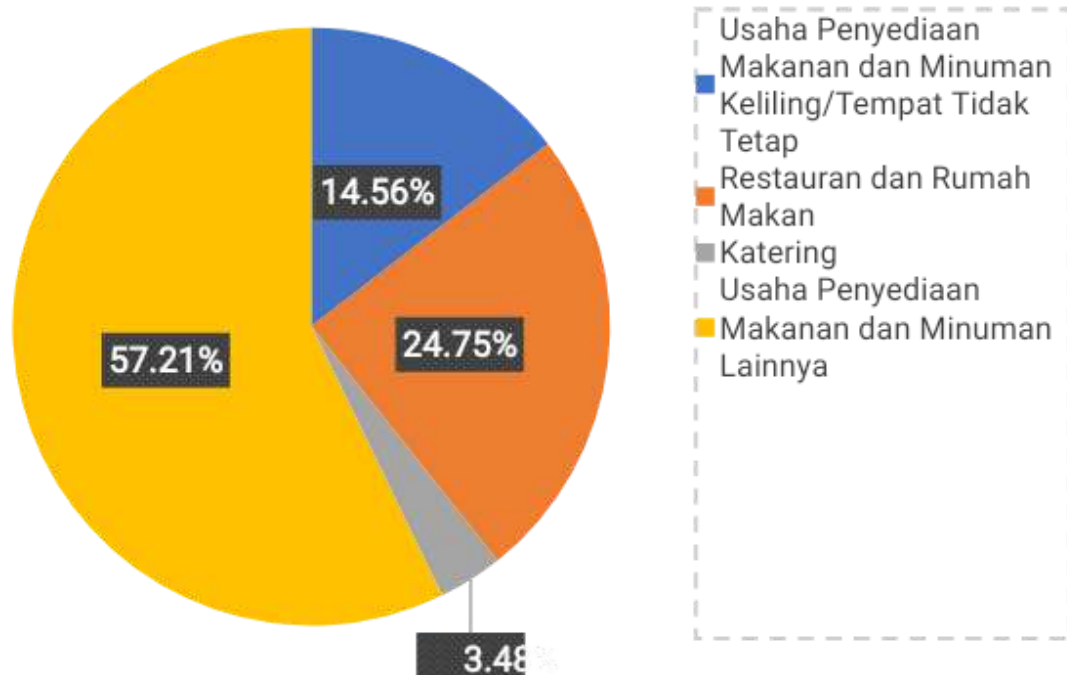
JUMLAH UMKM
DALAM DATA
REGSOSEK 2022

**12,5
JUTA
UMKM**

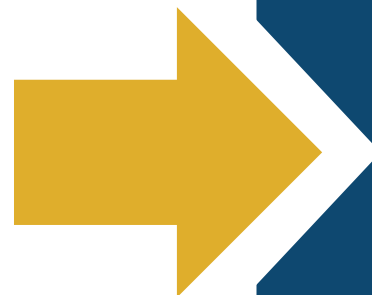
JUMLAH UMKM
BERDASARKAN
HASIL SENSUS
PERTANIAN 2024

**29,3
JUTA
UMKM**

Usaha Makanan dan Minuman Tahun 2023



Sumber: BPS - Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023 (Publikasi Desember 2024)



Jumlah Usaha Makanan dan Minuman
4,83 Juta
Tumbuh **21,16%** dibandingkan 2016
(Sensus Ekonomi)



Usaha yang **hanya** menyajikan
masakan Indonesia
96,96%



Serapan Pekerja Industri Makanan
dan Minuman
9,82 Juta



Kontribusi Industri Kuliner terhadap
PDB Tahun 2023
34%

Sumber: Badan Pusat Statistik

1 Kuliner Tradisional atau Lokal

- Wisata kuliner yang lebih mengarah pada makanan lokal yang autentik di tiap daerah.
- Para pelaku usaha kuliner dapat menyajikan makanan atau minuman khas yang jarang dijual di tempat lain

- Wisata Kuliner yang memiliki fleksibilitas yang tinggi
- Jangkauan pasar dan konsumen yang luas

2 Kuliner berbasis Street Food

3 Kuliner berbasis Kesehatan

Wisata kuliner yang berfokus pada makanan sehat untuk mendukung tren gaya hidup sehat masyarakat.

- Menawarkan lezatnya kuliner dan keindahan alam.
- Dapat mendorong tumbuhnya perekonomian dan pariwisata pada daerah tersebut.

4 Kuliner berbasis Wisata Alam

5 Kuliner berkonsep Unik

- Menawarkan tempat atau makanan yang nyaman dan instagramable.
- Ramai diburu oleh para kaum remaja atau Gen Z.



Contoh Destinasi Wisata kuliner:

JAKARTA:

- Pecenongan
- Jalan Sabang

BOGOR:

- Gang Selot
- Suryakencana

SEMARANG:

- Simpang Lima
- Gang Lombok

BANDUNG:

- Braga
- Jalan Cibadak

YOGYAKARTA:

- Kampung Wijilan
- Alun-Alun

SUMATERA BARAT:

- Sentra Rendang Kec. koto
- Kawasan Pantai Padang

Sumber: Kemparekraf.go.id

TANTANGAN DAN TIPS USAHA KULINER INDONESIA

TANTANGAN/KENDALA

1

Persaingan atau Kompetisi yang Ketat

- Banyak pengusaha kuliner bermunculan
- Harga pasar semakin ketat

2

Pemilihan Lokasi

- Semakin strategis lokasi, semakin tinggi biaya sewa.

3

Biaya Operasional

- Biaya gaji karyawan, air, listrik dan pemeliharaan peralatan harus dapat *di-manage* dengan baik.

4

Perizinan dan Regulasi

- Dibutuhkan perizinan dan regulasi yang telah ditentukan untuk dapat berkembang

5

Fluktuasi Harga Bahan Baku

- Fluktuasi harga bahan baku berpengaruh terhadap kualitas atau kuantitas produk.



TIPS DAN SOLUSI

1

Inovasi Produk

- Inovasi dalam konsep dan produk yang baru dengan mengutamakan kepuasan konsumen.

2

Strategi Marketing

- Pemanfaatan media sebagai strategi pemasaran dan penjualan produk.

3

Manajemen Keuangan dan SDM

- Memastikan semua karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup.
- Menyusun program pengembangan karyawan dan rencana keuangan secara baik.

4

Pengurusan Perizinan dan Regulasi

- Mengikuti semua peraturan dan standar yang berlaku dalam industri kuliner.

5

Kemitraan dan Kolaborasi

- Kolaborasi dan bermitra dalam penyediaan bahan baku.
- Kontrak jangka panjang dapat menghindari fluktuasi harga.

GUDEG JOGJA YU DJUM



KUNCI SUKSES

- 1 Kualitas dan Keaslian Rasa**
Penggunaan bahan berkualitas tinggi dan bumbu yang telah diwariskan sehingga membuat rasa produk tetap autentik.
- 2 Inovasi dan Adaptasi**
Melakukan inovasi dengan membuat produk gudeg kaleng dan gudeg *vacuum* yang dipasarkan melalui *online*
- 3 Perizinan dan Regulasi**
Produk telah memiliki sertifikat Halal dan BPOM RI yang dikeluarkan oleh lembaga terkait.
- 4 Lokasi yang Strategis**
Lokasi terletak di pusat kota yang memudahkan para pelanggan untuk membeli produk
- 5 Promosi yang Efektif**
Membangun *branding* dan mempromosikan melalui media sosial mempermudah pelanggan dalam mengenal produk Gudeg Yu Djum.

PERAN ASN DALAM WISATA KULINER

"...kita harus mampu memproduksi dan memenuhi kebutuhan pangan seluruh rakyat Indonesia."

Presiden Prabowo Subianto dalam Sidang Paripurna
MPR RI

1**Duta Wisata Kuliner**

ASN dapat berkontribusi dalam mempromosikan destinasi wisata kuliner, baik melalui media sosial, website resmi, maupun kerja sama dengan pihak swasta.

2**Pendamping UMKM Bidang Kuliner**

ASN berperan dalam memberikan pelatihan pelaku usaha kuliner untuk peningkatan kualitas produk, *packaging*, pelayanan maupun manajerial baik dilakukan di Pusat Usaha Layanan Terpadu (PLUT) maupun berbasis komunitas atau pemberdayaan masyarakat setempat.

3**ASN Berwirausaha**

Diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 94 Tahun 2021 tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil yang mencabut Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1974 tentang Pembatasan Kegiatan Pegawai Negeri Dalam Usaha Swasta menandakan bahwa jiwa wirausaha ASN harus ditumbuhkan.

4**Menggaungkan Program Bangga Buatan Indonesia**

ASN sebagai pelaksana kebijakan dan sekaligus teladan dalam penggunaan produk lokal guna membantu meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan daya saing produk di pasar global.

TERIMA KASIH

Kementerian UMKM Republik Indonesia
2025

