

**PENGEMBANGAN UMKM KULINER SIOMAY****DI DESTINASI WISATA TAMAN LASOSO UNTUK
MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL****Fidya¹, Amelia², Adinda Podung³, I Kade Sindya Sanjaya⁴, Dandan Haryono⁵,
Suasa⁶, Nurhayati Hamid⁷***Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako.**Email: fidyadamnu@gmail.com, amelianoncihusein@gmail.com, adindapodung@gmail.com, kadeksindyasanjaya@gmail.com***ABSTRACT**

Lasoso Park has become a new icon in West Palu, where people can enjoy a public space to relax and socialize, with additional features such as a light tower and views of the Gawalise Mountains. Lasoso Park also rents various toy services and many culinary snacks, one of which is siomay. Siomay throughout its development is very popular among the Indonesian people and is easily found in snack places or existing parties. The method used is qualitative research, namely research that does not use mathematical, statistical, or computer models. Opportunities for MSME development in the Lasoso Park location offer various siomay variants such as fillings (eggs, meat, tofu, fried foods) and sauce variants, namely peanut sauce and firecrackers. The development strategy used in this siomay business is a digital marketing strategy and design promotion.

Keywords: *Development, MSMEs, Local Economy***ABSTRAK**

Taman Lasoso menjadi salah satu ikon baru di Palu Barat, di mana masyarakat dapat menikmati ruang publik untuk bersantai dan bersosialisasi, dengan tambahan fitur seperti menara lampu dan pemandangan Pegunungan Gawalise. Di Taman Lasoso juga menyewakan berbagai jasa mainan dan banyak jajanan kuliner salah satunya siomay. Siomay selama perkembangannya sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan mudah ditemukan di tempat-tempat jajanan atau pesta-pesta yang ada. Metode yang di gunakan adalah penelitian kualitatif yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik, atau komputer. Peluang pengembangan UMKM di lokasi Taman Lasoso menawarkan berbagai varian siomay yang beragam seperti isian (telur, daging, tahu, gorengan) dan varian saus yaitu saus kacang dan mercon. Strategi pengembangan yang di gunakan dalam usaha somay ini adalah strategi pemasaran digital dan promosi desain.

Kata Kunci: *Pengembangan, UMKM, Ekonomi Lokal***PENDAHULUAN**

Taman Bumi Bahari atau Taman Lasoso di Palu Barat awalnya dikenal sebagai "Taman Patung Kuda SMA 4 Palu" dan mulai dibangun pada era Gubernur Sulteng Aminudin Ponulele (1996-2001), meskipun peresmian resminya terjadi jauh setelahnya. Proyek ini menjadi ikon baru kota Palu setelah direvitalisasi, diubah menjadi taman yang lebih modern dengan patung kuda megah, air mancur dan penerangan lampu di malam hari. Taman ini awalnya dibangun sebagai bagian dari proyek pemerintah kota Palu, dengan patung kuda di area sekitar SMA 4. Pembangunannya dimulai pada era Gubernur Aminudin Ponu lele (1996-2001).

Meskipun sudah dibangun cukup lama, taman ini baru benar-benar menjadi populer dan direvitalisasi menjadi taman kota yang lebih modern, sering disebut

"Taman Lasoso". Pembangunan modern ini dilakukan oleh pemerintah kota Palu untuk mempercantik kawasan tersebut, termasuk pembangunan patung kuda dan air mancur. Kini, Taman Lasoso menjadi salah satu ikon baru di Palu Barat, di mana masyarakat dapat menikmati ruang publik untuk bersantai dan bersosialisasi, dengan tambahan fitur seperti menara lampu dan pemandangan Pegunungan Gawalise.

Di Taman Lasoso juga menyewakan berbagai jasa mainan dan banyak jajanan kuliner salah satunya siomay. Siomay selama proses perkembangannya sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan mudah ditemukan di tempat-tempat jajanan dan pesta atau acara yang ada, bahkan ada banyak juga masyarakat yang kesehariannya menjadikan siomay menjadi makanan rutinnnya sebagai lauk-pauk alternatif mereka (Maemunah, 2001). Siomay yang sering kita temukan di tempat jajanan ataupun tempat lainnya masih belum memiliki banyak pilihan nilai variasi rasa atau keanekaragaman bahan baku yang digunakan (Syafery, 2001).

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Pengembangan

Kata pengembangan dalam kamus umum Bahasa Indonesia berarti hal, cara, atau hasil dari proses yang dikembangkan. Mengembangkan sendiri diartikan sebagai membuka, memajukan, atau membuat sesuatu menjadi lebih baik. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pengembangan adalah proses atau cara melakukan pengembangan luas, sementara mengembangkan berarti berusaha secara bertahap dan teratur untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (KBBI, 2005:414).

Amin Widjaja Tungala dalam Dani mengartikan pengembangan yaitu sebagai usaha yang dilakukan organisasi untuk memperbaiki pelaksanaan kerja dengan meningkatkan respons organisasi terhadap lingkungan guna mencapai efisiensi dan efektivitas. Adapun menurut Moekijat mendefinisikan pengembangan sebagai upaya memperbaiki pekerjaan yang akan datang melalui pemberian informasi, pengaruh sikap, atau peningkatan keterampilan. (Dani Danuar Tri, 2013:12). (Putra, t.t.)

Konsep UMKM

Sementara kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM ini, UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa hakikat dari pengembangan yaitu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah seperti, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan Masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui tahap proses pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Sektor ekonomi suatu negara sangat bergantung pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yaitu dianggap memainkan peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. UMKM juga merupakan bagian dari sektor informal, yang menghasilkan pendapatan bagi masyarakat yang kurang memiliki akses ke pasar formal. UMKM biasanya memulai dengan modal dan sumber daya manusia yang terbatas, sehingga mereka

sering menghadapi kendala dalam mengembangkan usaha dan memasuki pasar yang lebih luas.

Namun UMKM juga memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan inovasi, yang memungkinkan mereka beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Karena UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yaitu berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia dan juga menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Oleh karena itu, UMKM juga sangat penting bagi pengembangan ekonomi di daerah-daerah, terutama di daerah pedesaan dan terpencil, sebab mereka berpotensi meningkatkan perekonomian lokal dan mengurangi kemiskinan.

Selain itu, UMKM merupakan sumber inovasi dan kreativitas yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing Indonesia secara global. Oleh karena itu, membantu UMKM beradaptasi dengan teknologi digital dan memperluas koneksi di pasar mereka melalui platform daring juga sangat penting bagi prose pembangunan ekonomi Indonesia. (Firdausya & Ompusunggu, t.t.)

Konsep Ekonomi Lokal

Pengembangan Ekonomi lokal merupakan strategi penting untuk memperkuat kemandirian suatu daerah sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Strategi ini berfokus oleh pemanfaatan sumber daya atau potensi yang ada di tingkat lokal serta melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan komunitas masyarakat. Mengingat tantangan global seperti kesenjangan sosial, krisis lingkungan, dan tekanan ekonomi, pendekatan ini menjadi semakin penting. Dalam pembangunan berkelanjutan, pengembangan ekonomi lokal harus diarahkan dan tidak hanya pada pertumbuhan ekonomi akan tetapi juga pada aspek berkelanjutan, dan karena itu, diperlukan pendekatan yang dapat mengharmoniskan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan tanggal Tanggal 21 November 2025 Pada UMKM Siomay Kecamatan Palu Barat Kota Palu tepatnya di Taman Bumi Bahari.

Metode

Metode yang kami gunakan adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, atau statistik. Proses penelitian ini dimulai dengan menyusun asumsi dasar atau aturan berpikir yang akan di gunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang proses kegiatannya seorang peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasilnya melainkan melalui proses wawancara.

Metode penelitian kualitatif lebih sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Menurut Sugiono, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk

meneliti pada kondisi alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Nugroho;, 2020) Strauss dan Corbin dalam buku V.

Dalam penelitian kualitatif proses dan makna (perspektif subjek) di utamakan. Dengan menggunakan landasan teori, fokus penelitian dapat disesuaikan dengan kondisi lapangan. Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai penelitian yang berfokus pada konteks alami berbagai peristiwa sosial. Lebih lanjut, metode untuk menemukan dan mendeskripsikan peristiwa secara kualitatif ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan, kualitatif juga di tafsirkan sebagai penelitian yang mengarah pada pengkajian pada latar alamiah dari berbagai peristiwa sosial yang terjadi. Selain itu, kualitatif didefinisikan sebagai jalan untuk menemukan serta menggambarkan suatu peristiwa secara naratif. (Winarni, 2021). (Nurrisa & Hermina, 2025)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Lokasi Penelitian

Taman Lasoso merupakan taman baru di Palu Barat, Kelurahan Lere, yang menjadi ruang publik favorit keluarga untuk menikmati suasana di sore hari karena memiliki ikon patung kuda megah dan area hijau yang luas termasuk air mancur dan pencahayaan yang menjadikannya nyaman di malam hari. UMKM kuliner di Taman Lasoso yang menjadi pilihan jajan favorit masyarakat .UMKM siomay di taman ini relatif berkembang dengan variasi produk yang mulai muncul seperti siomay isi telur, daging, tahu, dan gorengan serta aneka rasa kuah mercon dan bumbu kacang. Meskipun demikian, penjualannya sempat mengalami hambatan atau pengaturan dari pemerintah kota seperti pengaktifan ulang dan penghentian sementara aktivitas UMKM di taman tersebut karena pembenahan kawasan.

Profil UMKM Siomay

Salah satu UMKM yang berkembang pesat di industri kuliner Taman Lasoso, Palu Barat, adalah siomay, UMKM ini menjual berbagai macam cemilan siomay mulai dari tahu, gorengan, siomay isi daging cincang, siomay isi telur hingga aneka rasa saus mercon dan saus kacang. Berkat kehadiran UMKM ini, pengunjung taman dapat menikmati camilan terutama sebagai pelengkap kegiatan bersantai dan rekreasi di ruang publik yang nyaman.

Usaha kecil dan menengah di Taman Lasoso menghadapi tantangan dari pemerintah kota dalam hal pengelolaan dan regulasi. Selama renovasi dan revitalisasi taman kegiatan UMKM dihentikan sementara. Namun setelah renovasi UMKM kembali beroperasi dan memainkan peran penting dalam meramaikan taman serta mendukung perekonomian lokal. UMKM ini mendorong partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan ruang publik untuk ekonomi kreatif.

Dengan menyediakan fasilitas taman modern yang ramah keluarga, UMKM siomay ini menunjukkan partisipasi aktifnya dalam pembangunan ekonomi lokal.

Taman Lasoso menyediakan wadah bagi UMKM untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing mereka melalui produk kuliner inovatif. UMKM ini merupakan contoh nyata bagaimana pengembangan ruang publik dan sektor UMKM berkolaborasi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial warga taman.

Peluang pengembangan UMKM siomay

Berdasarkan hasil wawancara kami pada usaha UMKM siomay di Taman Lasoso Palu Barat, peluang pengembangan UMKM di lokasi tersebut menawarkan berbagai varian siomay yang beragam seperti isian (telur, daging, tahu, gorengan) dan varian saus yaitu saus kacang dan mercon. Berbagai varian tersebut untuk menarik pelanggan yang lebih banyak dan memberikan berbagai pilihan yang lebih banyak. Dengan memanfaatkan lokasi taman sebagai ruang publik yang ramah keluarga dan tempat berkumpul, hingga dapat menggabungkan jasa mainan dan kuliner untuk meningkatkan daya tarik pengunjung.

Tantangan dalam Menghadapi UMKM

Dalam melaksanakan usahanya, para pelaku UMKM di wilayah Taman Lasoso sering kali mendapati tantangan dalam penjualan, di antaranya yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya Pengetahuan Mengenai Transformasi Digital
Sebagian besar pelaku UMKM belum mengerti tentang penggunaan sosial media dalam mempromosikan usaha mereka, minimnya literasi digital membuat sebagian besar dari mereka masih mengandalkan metode jualan offline atau mangkal tanpa memanfaatkan adanya teknologi seperti instagram, facebook, dan media sosial lainnya.
2. Persaingan Kuat
Dengan banyaknya pelaku UMKM siomay, menuntut untuk lebih inovatif dan kreatif serta dapat menjaga kebersihan juga meningkatkan kualitas produk dengan menjaga cita rasa yang khas. Dengan banyaknya pelaku UMKM siomay, menuntut untuk lebih inovatif dan kreatif serta dapat menjaga kebersihan juga meningkatkan kualitas produk dengan menjaga cita rasa yang khas.
Dengan banyaknya pelaku UMKM siomay, menuntut untuk lebih inovatif dan kreatif serta dapat menjaga kebersihan juga meningkatkan kualitas produk dengan menjaga cita rasa yang khas.
3. Perubahan Cuaca
UMKM yang mengandalkan penjualan langsung terutama di area terbuka akan mengalami penurunan pelanggan saat cuaca buruk atau musim hujan.
4. Ketahanan Produk
Sifat bahan baku yang cepat rusak yaitu siomay umumnya berbahan dasar ikan, ayam, atau daging yang kaya protein menyebabkan pertumbuhan bakteri bila tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu pelaku UMKM harus mempertahankan kesegaran bahan baku.

Strategi dalam Pengembangan Ekonomi Lokal melalui UMKM Siomay

Dalam mengembangkan ekonomi lokal melalui UMKM siomay memerlukan strategi penjualan agar dapat menarik pelanggan dan juga meningkatkan omset dengan cara sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran Digital dan Interaksi Pelanggan

Pemasaran digital khususnya melalui media sosial telah menjadi strategi fundamental bagi usaha kuliner untuk menjangkau konsumen luas dan membangun komunitas karena di media sosial, memungkinkan UMKM untuk mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas guna memperoleh potensi pasar yang lebih luas (Zagoto dkk., 2022)

Hubungan langsung dengan pelanggan menjadi bagian krusial dalam strategi pemasaran mereka. Tanggapan positif dari pelanggan, seperti pujian terhadap cita rasa produk, berperan sebagai bukti sosial yang penting. Selain itu, pelayanan yang bersahabat sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk.

2. Promosi dan Desain Menu

Selain platform digital atau logo yang dirancang untuk menu UMKM siomay, informasi yang jelas diperlukan untuk pengalaman pelanggan setelah pembelian. Selain menjadi informatif, desain kemasan yang baik meningkatkan kebanggaan pelanggan terhadap barang yang mereka beli. Ketika pelanggan menemukan barang dengan kemasan yang menarik dan berkualitas tinggi, mereka cenderung akan membagikan pengalaman mereka di media sosial.

3. Inovasi Rasa dan Penyesuaian Selera Pasar

Diferensiasi produk adalah kunci untuk bertahan di pusat kuliner yang kompetitif, mengingat banyaknya bisnis sejenis yang menimbulkan persaingan ketat, sehingga strategi diferensiasi produk diperlukan untuk meningkatkan penjualan (Nikmah & Siswahyudianto, 2022). Penamaan rasa dengan istilah yang dekat dengan bahasa sehari-hari konsumen menjadi strategi komunikasi yang ringan, santai, namun tepat sasaran hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk bukan hanya terletak pada rasa tetapi juga pada cara menyampaikan produk tersebut kepada konsumen. (Assajdah & Suryani, t.t.)

HASIL WAWANCARA

1. Nama: Hariyanto

Usia: 37

Jenis kelamin: laki-laki

Alamat: Jl. Sungai Manonda

Pak Hariyanto ialah seorang pelaku usaha UMKM siomay di wisata Lasoso Palu Barat. Beliau memulai usaha siomay di Tahun 2019. Pak Hariyanto berjualan di mulai pukul 15:30 sampai dengan 00:00 dengan penghasilan berbeda beda setiap harinya seperti terkadang pendapatan sekitar 600.000,00-Rp sampai 800.000,00-Rp adapun saat weekend bisa menghasilkan satu juta. Untuk proses penjualan beliau belum melakukan secara online dan masih secara offline. Adapun mengenai sewa tempat beliau dikenakan tarif 10.000,00-Rp per malam jadi beliau membayar sekitar 300.000,00-Rp per bulan. Menurut beliau persaingan dalam berusaha adalah hal yang wajar dan menurutnya tantangan saat ini untuk pelaku UMKM adalah cuaca.

2. Nama: Agus

Usia: 28

Jenis kelamin: Laki-laki

Alamat: Jl. Nokopion

Pak Agus adalah seorang pelaku usaha UMKM siomay di wisata Lasoso Palu Barat. Pak Agus berjualan di mulai pukul 15:00 WITA dengan penghasilan berbeda beda setiap harinya seperti terkadang pendapatan sekitar 300.000,00-Rp sampai

600.000,00-Rp adapun saat weekend bisa menghasilkan 1.000.000,00-Rp. Proses penjualan saat ini hanya secara offline belum menerapkan sistem online. Adapun untuk sewa tempat pak Agus untuk beliau informasinya dia tidak dikenakan sewa tetapi kebersihan harus dijaga dengan baik. Menurut beliau tantangan saat ini adalah banyaknya pesaing dalam usaha siomay.

3. Nama: Sugeng

Usia: 20

Jenis Kelamin: Laki-laki

Alamat: Jl.Sungai Ogotion

Pak Sugeng merupakan seorang pelaku usaha UMKM siomay di wisata Lasoso Palu Barat. Pak Sugeng berjualan di mulai pukul 15:30 WITA sampai dengan 22:30 dengan penghasilan berbeda beda setiap harinya seperti terkadang pendapatan sekitar 500.000,00-Rp adapun saat weekend bisa menghasilkan 1.000.000,00 -Rp. Adapun untuk sewa tempat beliau dikenakan tarif 10.000,00-Rp/malam jadi beliau membayar sekitar 300.000,00-Rp/bulan. Menurut beliau persaingan dalam berusaha adalah banyaknya bermunculan UMKM baru dengan berbagai inovasi baru yang di dapat dari sosial media.

Analisis Swot

1. Kekuatan (strengths)

- Pelayanan yang baik dari pemilik UMKM
- Harga makanan yang lebih terjangkau
- Solusi kuliner siap saji
- Adanya tempat duduk

2. Kelemahan (weaknesses)

- Tidak memiliki sosial media untuk penjualan
- Ruangan terbuka sehingga tidak cocok di siang hari
- Tempat parkir yang kurang luas

3. Peluang (opportunities)

- Menyonya bervariasi
- Adanya pelanggan tetap
- lokasinya strategis karena di tempat wisata

4. Ancaman (Threats)

- banyaknya usaha yang sama
- konsumen yang dapat berpindah ke usaha yang sama.(Hokianto, t.t.)

KESIMPULAN

Dengan menawarkan beragam produk yang menarik dan inovatif, UMKM siomay di Taman Lasoso Palu Barat telah menjadi bagian penting dari pembangunan ekonomi lokal. Pertumbuhan UMKM ini didukung oleh ruang publik modern dan nyaman di taman, yang menawarkan peluang bisnis yang signifikan bagi para pengusaha siomay untuk tumbuh dan memperluas pasar mereka.

Namun, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menghadapi beragam tantangan, seperti kurangnya pemasaran digital, persaingan yang ketat antar bisnis sejenis, dan kondisi cuaca yang memengaruhi penjualan. Untuk memastikan kualitas produk dan

permintaan pelanggan, manajemen yang tepat sangat penting mengingat sifat bahan baku yang mudah rusak.

Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, inovasi dalam rasa dan kemasan produk, peningkatan literasi digital, dan pemanfaatan media sosial merupakan strategi pengembangan yang penting. Agar tetap kompetitif, UMKM harus menjaga kualitas dan kebersihan produk mereka. Oleh karena itu, mencapai pengembangan UMKM yang berkelanjutan, dukungan dari pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan sangatlah penting. Hal ini membutuhkan pendampingan, fasilitasi, dan pengelolaan ruang usaha yang kondusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Assajdah, K. A., & Suryani, I. (T.T.). *Branding Siomay Ngegas: Sebuah Inovasi Kepercayaan Konsumen Pada Siomay Ayam*.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (T.T.). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Era Digital Abad 2*.
- Hokianto, H. F. (T.T.). *Analisis Swot Pada Usaha Kuliner (Studi Pada Warung Mas Damar Di Kota Pontianak)*.
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada Ukm Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/Jmbm.V4i1.627>
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). *Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, Dan Analisis Data*. 02(03).
- Putra, T. G. (T.T.). *Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam Pengembangan Ukm Manik-Manik Kaca Di Kabupaten Jombang*. 3.
- Zagoto, Y., Yuliyati, M. T., Pambudi, R., Cikdan, M., & Mukadi, M. (2022). Peran Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Ukm Di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(1), 37–40. <https://doi.org/10.55182/Jpm.V2i1.117>