

## KULINER PEMPEK UDANG DI DESA BELO LAUT MENDUKUNG PARIWISATA KOTA MENTOK, KABUPATEN BANGKA BARAT

Ardiansyah Kurniawan<sup>1\*</sup>, Andri Kurniawan<sup>2</sup>, Ryand D. Setyawan<sup>3</sup>, Ayu Permatasari<sup>4</sup>,  
Ira Triswiyana<sup>4</sup>, Tiara Puspa Anjani<sup>1</sup>

\*

<sup>1</sup> Prodi Akuakultur,, Universitas Bangka Belitung, Bangka, Indonesia

<sup>2</sup> Prodi Biologi,, Universitas Bangka Belitung, Bangka, Indonesia

<sup>3</sup> Prodi Bisnis Digital,, Universitas Bangka Belitung, Bangka, Indonesia

<sup>4</sup> Balai Riset Perikanan Perairan Umum dan Penyuluhan Perikanan Palembang

\*Korespondensi : ardian\_turen@yahoo.co.id

### Abstrak

Kota Mentok, Kabupaten Bangka Barat memiliki potensi pariwisata yang unik dan berbeda dengan wilayah lainnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kombinasi wisata maritim dan sejarah pengasingan presiden pertama Indonesia menjadi keunggulan pariwisata di wilayah kecamatan ini. Mentok memiliki makanan khas berbasis laut yang berbeda dari tempat lainnya, yaitu pempek udang. Desa Belo Laut merupakan sentra produksi kuliner ini. Meskipun produk pempek udang ini unik dan khas Kota Mentok, namun belum dilakukan branding dan upaya untuk menjadikan produk makanan khas ini menjadi penopang pariwisata Kota Mentok. Pengabdian dilakukan di Desa Belo Laut, Kecamatan Mentok, Kabupaten Bangka Barat pada Poklaksar Kemplang Yuk Yen melalui metode pendekatan partisipatif (*Community-Based Approach*) dan penyuluhan edukatif (*Educational Outreach*). Pempek udang telah memiliki ciri khas yang melekat dengan Kota Mentok. Kondisi ini mirip kuliner lain yang melekat dengan daerahnya seperti : Gudeg – Yogyakarta, Keripik Apel – Batu / Malang, Keripik Sukun – Belitung. Namun orientasi pemasaran pempek udang masih lokal. Produk ini potensial dikembangkan produksi, keamanan pangan, kemasan, branding dan kemasannya untuk mendukung pariwisata Kota Mentok pada bidang kuliner.

**Kata kunci:** pempek, mentok, pariwisata

### Abstract

The town of Mentok, located in West Bangka Regency, holds unique tourism potential distinct from other regions in the Bangka Belitung Islands Province. The combination of maritime tourism and the historical exile of Indonesia's first president is a key advantage for tourism in this district. Mentok is known for its distinctive seafood-based specialty, shrimp pempek, which sets it apart from other places. Belo Laut Village is the production center of this culinary specialty. Despite the uniqueness and strong association of shrimp pempek with Mentok, there has been no branding or effort to promote this local dish as a tourism asset for the town. The community service was conducted in Belo Laut Village, Mentok District, West Bangka Regency, focusing on the Kemplang Yuk Yen Poklaksar group using a Community-Based Approach and Educational Outreach methods. Shrimp pempek has become a distinctive culinary specialty strongly associated with the town of Mentok. This is similar to other regional dishes like gudeg in Yogyakarta, apple chips in Batu/Malang, and breadfruit chips in Belitung. However, the marketing orientation of shrimp pempek remains local. The product has significant potential for further development in terms of production, food safety, packaging, branding, and promotion to support Mentok's culinary tourism sector.

**Keywords:** pempek, Mentok, tourism

---

Submit: Oktober 2024

Diterima: Oktober 2024

Publis: November 2024



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sektor perekonomian yang cenderung ramah lingkungan dibandingkan pertambangan timah yang selama ini diandalkan sebagai ekonomi utama di Bangka Belitung (Toubes dan Araújo-Vila, 2022). Pariwisata dan pertambangan tidak saling mendukung dalam perkembangannya, meskipun pertambangan pada masa lampau dapat menjadi wisata sejarah sebagaimana terwujud di Sawahlunto (Anarta *et al.*, 2019). Pariwisata juga menjadi solusi pemanfaatan lahan bekas penambangan melalui wisata buatan yang ramah sosial media (Ferdiana dan Wijayani, 2020). Namun pertambangan tentu berdampak negatif terhadap ekosistem alami yang menjadi pariwisata alam. Apalagi pada pertambangan yang tidak terkontrol yang sering terjadi secara ilegal, berdampak negatif pada ekologi yang terkait dengan pariwisata (Ibrahim dan Zuhri, 2019; Ibrahim *et al.*, 2022). Penambang ilegal seringkali tidak memperdulikan reklamasi lahan setelah eksploitasi (Kurniawan *et al.*, 2017). Meskipun pertambangan timah memberikan perekonomian terbesar provinsi ini, pariwisata menjadi masa depan kepulauan ini (Wardhani dan Valeriani, 2016).

Kota Mentok, Kabupaten Bangka Barat memiliki potensi pariwisata yang unik dan berbeda dengan wilayah lainnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kombinasi wisata maritim dan sejarah menjadi keunggulan wilayah kecamatan ini. Pantai-pantai eksotis melengkapi tempat-tempat bersejarah pengasingan Ir. Soekarno, presiden pertama Indonesia oleh Belanda. Wisma Menumbing dan Wisma Ranggung yang menjadi tempat pengasingan telah dialih fungsikan sebagai tempat wisata sejarah melengkapi Museum Timah, Mercusuar Tanjung Kalian, dan tempat wisata lainnya (Ramadhani dan Zulfebriges, 2020). Meskipun belum semaju Kabupaten Belitung dalam pariwisatanya, Bangka Barat telah melangkah menjadi kota wisata sejarah.

Sebagaimana wilayah lain yang berkembang pariwisatanya, produk

makanan lokal ikut berkembang menjadi wisata kuliner dan buah tangan wisatawan. Kuliner menjadi pendukung pariwisata agar wisatawan dapat bertahan lebih lama dan memberikan dampak ekonomi lebih besar pada pendukung wisata lainnya (Zahrulianingdyah, 2018). Mentok memiliki makanan khas berbasis laut yang berbeda dari tempat lainnya, yaitu pempek udang. Produk ini berkembang dari potensi perikanan lautnya yang menghasilkan udang laut hampir sepanjang tahun. Berbeda dengan pempek Palembang, pempek udang ini memiliki warna kemerahan dengan citarasa udang yang kuat. Produk pempek udang ini banyak diproduksi di Desa Belo Laut.

Beberapa pengrajin pempek di desa tersebut membentuk kelompok-kelompok pengolah dan pemasar perikanan (Poklahsar). Diantaranya adalah Poklahsar Kemplang Yuk Yen. Poklahsar ini memiliki produk yang serupa yaitu pempek dan kemplang udang. Meskipun produk pempek udang ini unik dan khas Kota Mentok, namun belum dilakukan branding dan upaya untuk menjadikan produk makanan khas ini menjadi penopang pariwisata Kota Mentok.

Untuk itu dalam program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat dengan ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun 2024 ini, dilakukan upaya untuk memberdayakan dan memberikan motivasi kepada poklahsar pempek udang di Desa Belo Laut dapat mengelola usahanya sehingga pempek udang menjadi produk unggulan pariwisata Kota Mentok.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian dilakukan di Desa Belo Laut, Kecamatan Mentok, Kabupaten Bangka Barat (Gambar 1). Lokasi ini berjarak 136 km dari Universitas Bangka Belitung. Pengabdian ditujukan pada Poklahsar Kemplang Yuk Yen yang berada di Kampung Sawah, Dusun 2, Desa Belo Laut, Kecamatan Mentok, Kabupaten Bangka Barat.



Gambar 1. Lokasi pengabdian di Desa Belo Laut, Kabupaten Bangka Barat

Proses pengabdian ini dilakukan melalui metode pendekatan partisipatif (*Community-Based Approach*) dan penyuluhan edukatif (*Educational Outreach*). Pendekatan partisipatif dilakukan kepada poklachsar yang melibatkan anggota Poklachsar secara aktif dalam kegiatan sosialisasi dan penyuluhan agar mereka merasa memiliki keterlibatan langsung. Dalam proses ini dilakukan diskusi dengan anggota kelompok terkait kondisi usaha pempek saat ini dan potensinya berkembang mendukung pariwisata Kota Mentok.

Penyuluhan edukatif bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan tentang pariwisata dan tren konsumen. Pada bagian ini tim berusaha memberikan wawasan tentang tren pariwisata kuliner dan bagaimana pempek udang bisa menjadi bagian dari perjalanan wisata. Tim juga memberikan informasi dengan menampilkan studi kasus dari daerah lain yang berhasil memanfaatkan produk kuliner lokal untuk mendukung pariwisata.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Poklachsar Yuk Yen rata-rata setiap bulannya memproduksi pempek atau kemplang dari 400 kilogram udang. Jenis udang yang digunakan adalah Udang Jerbung dan Udang Krosok. Produksi dilakukan menggunakan alat bantu berupa mesin giling, lemari pendingin, kompor gas, tabung gas, tungku rebus empek-empek, alat bantu produksi seperti baskom, ember, kualii perebusan kemplang, rak dan waring penjemuran, serta timbangan (Gambar 2).



Gambar 2. Peralatan produksi pempek udang di Poklachsar Yuk Yen

Peralatan dan rumah produksi pempek udang di poklachsar Yuk Yen ini memerlukan perbaikan dalam sanitasi dan higiene. Disampaikan kepada kelompok bahwa keamanan pangan produk memiliki peran penting dalam keberlanjutan dan jangkauan pemasaran. Keamanan pangan menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum membeli selain kualitas dan merk (Siaputra, 2020). Namun poklachsar telah memiliki sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) yang menunjukkan bahwa usaha makanan ini dinilai layak secara kesehatan. Usaha makanan penting untuk memiliki P-IRT sebagai upaya membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan jaringan pemasaran (Epriliyana, 2019).

Orientasi utama pemasaran produk pempek adalah masyarakat lokal Kecamatan Mentok. Selain pasar lokal, kelompok juga memiliki pelanggan di Kota Pangkalpinang dengan pengiriman melalui bus antar kota. Beberapa kali juga melakukan pengiriman produk antar pulau baik ke Sumatra maupun ke Jawa. Yogyakarta menjadi tujuan terjauh pengiriman melalui ekspedisi pengiriman paket. Produk yang dijual di pasar lokal dalam kondisi tanpa kemasan. Untuk pengiriman luar kota dan luar daerah, pempek dibalur dengan tepung tapioka

sebelum dikemas vakum dengan kemasan plastik (Gambar 3).



Gambar 3. Kemasan plastik untuk pemasaran pempek

Kemasan pempek udang yang berkembang di Belo Laut dinilai masih belum melindungi produk dengan baik, terutama untuk pengiriman luar kota. Hal ini mungkin terjadi akibat orientasi pasar lokal menjadi andalan pemasaran. Hasanah *et al.* (2023) memaparkan bahwa perbaikan kemasan diperlukan saat usaha berupaya untuk memperluas pemasaran. Hal ini juga diperlukan saat produk pempek udang dimanfaatkan sebagai produk unggulan pariwisata Kota Mentok.

Disampaikan kepada poklhasr bahwa pempek udang ini potensial menjadi oleh-oleh khas Kota Mentok baik bagi wisatawan maupun bingkisan bagi masyarakat lokal menuju luar kota. Berdasarkan Bangkapos (2024), jumlah wisatawan ke Bangka Barat tahun 2023 sebanyak 281.067 orang. Jumlah ini meningkat signifikan dari tahun-tahun sebelumnya. Wisatawan sejumlah itu tentunya memerlukan oleh-oleh khas yang umumnya berupa makanan. Sama juga ketika wisatawan ke Palembang mencari empek-empek, wisata Kota Batu, Jawa Timur dikenal keripik apel, Yogyakarta ada bakpia dan sebagainya. Hingga saat ini belum ada produk kemasan yang bisa menjadi ciri khas Kota Mentok dan pempek udang bisa menjadi pionernya.

Berbagai kota yang memiliki potensi pariwisata, berlomba-lomba untuk mengenalkan kuliner khas mereka. Seperti halnya Belitung mengembangkan produksi dan kemasan keripik sukun sebagai andalan oleh-olehnya (Pakpahan dan Kristiana,

2019). Sementara Yogyakarta yang telah lama dikenal dengan gudeg dan bakpia, mendiferensiasi produknya ke berbagai produk seperti bakpia kukus dan lainnya. Yogyakarta memang membutuhkan diferensiasi untuk menjada turis yang datang untuk datang kembali (Wardiyanta *et al.*, 2020). Bagi daerah yang kulinernya telah umum dikembangkan masyarakat, berupaya untuk mendiferensiasi kulinernya agar muncul ciri khas. Pempek udang telah memiliki ciri khas yang melekat dengan Kota Mentok. Seyogyanya bisa dikelola dengan baik agar produksinya lebih aman dan bertambah, serta pemasarannya meningkat.

#### 4. KESIMPULAN

Pempek udang telah memiliki ciri khas yang melekat dengan Kota Mentok. Kondisi ini mirip kuliner lain yang melekat dengan daerahnya seperti : Gudeg – Yogyakarta, Keripik Apel – Batu / Malang, Keripik Sukun – Belitung. Namun orientasi pemasaran pempek udang masih lokal. Produk ini potensial dikembangkan produksi, keamanan pangan, kemasan, branding dan kemasannya untuk mendukung pariwisata Kota Mentok pada bidang kuliner.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dan Universitas Bangka Belitung atas pendanaan dan fasilitasi pelaksanaan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dengan nomor kontrak 010/E5/PG.02.00/PM.BATCH.2/2024 dan 1697/UN50/L/PM/2024.

#### REFERENSI

- Anarta, R., Sitorus, S. R., Widiatmaka, S. N., & Hardjomidjojo, H. (2019). Pengembangan Mining Tourism Di Kawasan Pertambangan Sawahlunto. *Sosiohumaniora*, 21(2), 184-193.
- Bangkapos (2024). Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Bangka Barat Setiap Tahun Mengalami Peningkatan.

- Bangkapos edisi Selasa, 4 Juni 2024. Diakses dari <https://bangka.tribunnews.com/2024/06/04/kunjungan-wisatawan-ke-kabupaten-bangka-barat-setiap-tahun-mengalami-peningkatan>.
- Epriliyana, N. N. (2019). Urgensi ijin keamanan pangan (P-IRT) dalam upaya membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan jaringan pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 21-31.
- Ferdiana, F., & Wijayani, I. (2020). Komunikasi Pariwisata Pertambangan Kabupaten Bangka. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 42-50.
- Hasanah, U., Winarti, I., & Puteri, D. R. A. (2023). Inovasi Kemasan Dan Pemasaran Ukm Kerupuk Pattola Untuk Meningkatkan Pendapatan Desa Gadingsari. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(1), 25-35.
- Ibrahim, I., Zukhri, N., & Rendy, R. (2022). The Inconsistence Of Perceptions And Attitudes Of Community Towards The Transition From Tin Mining To Tourism In Bangka Island, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 42, 708-717
- Ibrahim, M. S., & Nizwan Zukhri, S. E. (2019, October). Between Tourism and Ecology: Review of Political Policy Commitments on Ecotourism Development in Bangka Belitung. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 118). EDP Sciences.
- Kurniawan, A., Asriani, E., & Sari, S. P. (2017). Akuakultur sistem bioflok sebagai alternatif bagi mantan penambangan timah ilegal di Bangka Barat. In *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 137-140).
- Pakpahan, R., & Kristiana, Y. (2019). Pengenalan kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata Belitung. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1054-1060.
- Ramadhani, R., & Zulfebriges, Z. (2020). City Branding Kota Mentok sebagai Kota Wisata Sejarah. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 229-235.
- Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79-87.
- Toubes, D. R., & Araújo-Vila, N. (2022). A review research on tourism in the green economy. *Economies*, 10(6), 137.
- Wardhani, R. S., & Valeriani, D. (2016). Green Tourism dalam Pengembangan Pariwisata Bangka Belitung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 7(1), 24-29.
- Wardiyanta, W., Adilla, F., & Hidayat, M. S. (2020). Peran Diferensiasi Kuliner dan Pemasaran Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Yogyakarta. *Media Bina Ilmiah*, 15(4), 4311-4320.
- Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner sebagai pendukung industri pariwisata berbasis kearifan lokal. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, 6(1), 1-9