

BAB I: PENDAHULUAN (The Foundation)

- **Visi Inovasi:** Bukan sekadar slogan, visi ini adalah janji layanan. "Menyehatkan Nadi" berarti produk yang dijual harus organik dan bersih. "Menenangkan Hati" berarti lingkungan harus bebas dari kebisingan kendaraan dan polusi sampah.
 - **Pilar Utama (3P):**
 - **Pangan:** Fokus pada *food plating* (penataan makanan). Ikan tidak hanya digoreng, tapi disajikan dengan garnish daun herbal yang bisa dimakan.
 - **Pulih:** Setiap sudut kampung adalah tempat penyembuhan. Tanaman herbal diberi papan nama berisi khasiatnya (misal: "Temulawak – Baik untuk Nafsu Makan").
 - **Pemuda:** Menghapus stigma pengangguran. Pemuda dilatih menjadi *content creator* dan admin reservasi yang profesional.
-

BAB II: TATA KELOLA KAWASAN (The Experience)

- **Alur Kunjungan (Itinerary):**
 - **Welcome Point:** Petugas dermaga menyambut dengan sapaan khas Jambi ("Apo kabar, sanak?"). Tamu diberi handuk kecil hangat beraroma serai dan segelas jamu dingin sebagai *welcome drink*.
 - **Spiritual Walk:** Jalur berjalan kaki dibuat bersih. Pramuwisata menjelaskan sejarah ulama di Mudung Laut, memberikan kedalaman makna pada kunjungan.
 - **Herbal Experience:** Wisatawan diajak memetik daun (seperti daun sirih atau bunga telang), lalu diajarkan cara menyeduhnya secara tradisional.
 - **Culinary Riverside:** Meja makan ditata menghadap sungai. Pengaturan kursi menggunakan bahan alami (kayu/bambu) untuk mendukung suasana *back to nature*.
 - **Standar Pelayanan (Hospitality):**
 - Petugas wajib hafal minimal 5 jenis khasiat tanaman herbal lokal.
 - Jika ada azan berkumandang, aktivitas musik (jika ada) dihentikan sementara untuk menghormati identitas Kampung Religi.
-

BAB III: STANDAR PRODUK KULINER & HERBAL (The Quality)

- **SOP Pengolahan "Penyegar Sorok Nadi":**
 - Pemanenan herbal dilakukan pagi hari saat nutrisi tanaman maksimal.
 - Pengolahan tanpa pengawet dan pemanis buatan (menggunakan madu atau gula aren asli).

- Suhu penyajian dijaga; minuman hangat disajikan dalam gerabah untuk menjaga suhu lebih lama.
 - **Branding Kemasan:**
 - Hindari plastik sekali pakai. Gunakan besek bambu untuk *take-away*.
 - Tersedia kartu kecil (story card) di setiap sajian yang menjelaskan manfaat kesehatan dari makanan tersebut.
-

BAB IV: PERAN PEMUDA (The Engine)

- **Manajemen Konten:**
 - Pembuatan video "Day in My Life" di Mudung Laut.
 - Mengadakan lomba foto *on-the-spot* bagi wisatawan untuk mempercepat penyebaran informasi secara organik di media sosial.
 - **Sistem Reservasi:**
 - Admin merespons pesan maksimal dalam 10 menit.
 - Data tamu (alergi makanan atau minat khusus) dicatat agar pelayanan lebih personal (misal: menyiapkan menu rendah gula untuk lansia).
-

BAB V: MONITORING & EVALUASI (The Sustainability)

- **Kotak Saran Digital:** Menggunakan Google Form yang diakses melalui QR Code di meja makan. Skor di bawah 4 (bintang 4) harus segera dievaluasi oleh tim.
 - **Audit Kebun:** Memastikan keberlanjutan stok. Jika satu rumah kekurangan stok kunyit, sistem distribusi antar-warga (koperasi) harus berjalan untuk menutupi kekurangan tersebut.
 - **Rapat Evaluasi:** Bukan sekadar bicara, tapi melihat data. Berapa banyak wisatawan yang datang? Menu apa yang paling laku? Berapa pendapatan yang masuk ke kas RT/Kelurahan?
-

BAB VI: PENUTUP (The Commitment)

- **Pakta Integritas:** Pernyataan bersama untuk tidak menaikkan harga secara sepihak dan menjaga kebersihan sungai.
- **Rencana Pengembangan:** Ide untuk tahun kedua, misalnya menambahkan paket "Menginap di Rumah Panggung" (Homestay) dengan konsep *Herbal Healing*.

Berikut adalah **Flowchart (Alur Kerja)** sistematis untuk penyelenggaraan inovasi **TEBAR PESONA MUDA**, mulai dari kedatangan wisatawan hingga evaluasi keberlanjutan:

1. Alur Perjalanan Wisatawan (Guest Experience Flow)

mermaid

graph TD

A---> [Wisatawan Tiba di Dermaga Utama Jambi] --> |Naik Ketek/Perahu/ mobil/motor | B(Welcome Point: Dermaga Mudung Laut/ parkir sanggar batik dan taman herbal selaras)

B --> C{Penyambutan}

C --> |Greeting| D[Sapaan Lokal & Welcome Drink Penyegar Sorok Nadi]

D --> E[Spiritual Walk: Tur Kampung Religi & Situs Sejarah]

E --> F[Herbal Experience: Edukasi & Petik Tanaman di Kebun Warga]

F --> G[Culinary Riverside: Makan Siang Menu Ikan & Rempah]

G --> H[Belanja Oleh-oleh Produk Turunan Herbal UMKM]

H --> I[Testimoni & Scan QR Code Kepuasan]

I --> J[Wisatawan Pulang Melalui Dermaga]

Gunakan kode dengan hati-hati.

2. Alur Manajemen Operasional (Internal Management Flow)

mermaid

graph LR

subgraph Pemasaran_Digital

M1[Pemuda Bikin Konten TikTok/IG] --> M2[Wisatawan Reservasi via WA Admin]

end

subgraph Persiapan_Warga

M2 --> W1[Admin Kabari RT & Pemilik Kebun]

W1 --> W2[Pemanenan Herbal Segar]

W1 --> W3[Nelayan Siapkan Ikan Batanghari]

end

```
subgraph Eksekusi_Inovasi
```

```
W2 & W3 --> E1[Produksi Kuliner Standar SOP]
```

```
E1 --> E2[Pelayanan Wisatawan]
```

```
end
```

Gunakan kode dengan hati-hati.

3. Alur Monitoring & Keberlanjutan (Sustainability Flow)

mermaid

graph TD

```
K1[Data Kunjungan & Penjualan] --> K2[Rapat Bulanan Pokdarwis & Kelurahan]
```

```
K2 --> K3{Analisis Masalah}
```

```
K3 --> |Masalah Rasa| K4[Pelatihan Ulang Memasak rempah]
```

```
K3 --> |Stok Menipis| K5[Perluasan Penanaman Kebun Herbal Baru]
```

```
K3 --> |Promosi Kurang| K6[Update Strategi Konten Digital Pemuda]
```

```
K4 & K5 & K6 --> K7[Peningkatan Kualitas Inovasi]
```

```
K7 --> K1
```

Gunakan kode dengan hati-hati.

Penjelasan Singkat Flowchart:

1. **Alur Wisatawan:** Memastikan setiap tamu merasakan urutan 3 pilar (Religi, Herbal, Kuliner) secara runtut agar kesan "*Healing*" didapatkan secara maksimal.
2. **Alur Manajemen:** Menekankan pada kecepatan komunikasi antara **Admin Pemuda** dengan **Warga Penyedia Bahan**. Ini penting agar bahan makanan selalu segar langsung dari kebun/sungai.
3. **Alur Keberlanjutan:** Menjamin bahwa inovasi ini bukan proyek sekali jalan, melainkan siklus yang terus diperbaiki berdasarkan masukan nyata dari pengunjung.