

Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan

Made Riki Ponga Kusyanda¹, Putu Riesty Masdiantini²

1,2 Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received 25 January 2022
Received in revised form
26 January 2022
Accepted 26 January 2022

Kata Kunci:
Wisata Kuliner, UMKM,
Ekonomi Kreatif

ABSTRAK

Wisata kuliner tidak hanya upaya memperkenalkan kuliner lokal kepada wisatawan, namun juga memiliki efek multidimensi yaitu dengan meningkatnya konsumsi wisatawan terhadap kuliner lokal memberikan multiplier effect yang dapat meningkatkan ekonomi pada masyarakat sekitar atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pantai Penimbangan memiliki potensi wisata kuliner yang dapat diidentifikasi melalui unsur 4A's. Dengan demikian penting untuk mencari *grand strategy* dalam pengelolaan daya tarik wisata kuliner Pantai Penimbangan melalui analisis SWOT (IFAS dan EFAS). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode wawancara, observasi langsung dan studi kepustakaan. Adapun hasil penelitian ini yaitu *grand strategy* yang dapat diterapkan dalam pengelolaan daya tarik wisata kuliner Pantai Penimbangan berada pada kuadran I yaitu dengan memaksimalkan penerapan strategi S-O (*strength-opportunity*). Para pelaku UMKM diharapkan dapat memaksimalkan kekuatan internal untuk meraih peluang dalam mengembangkan daya tarik wisata kuliner Pantai Penimbangan.

ABSTRACT

Culinary tourism is not only an effort to introduce local culinary delights to tourists, but also has a multidimensional effect, namely by increasing tourist consumption of local cuisine, it provides a multiplier effect that can improve the economy of the surrounding community or Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Penimbangan Beach has culinary tourism potential that can be identified through the 4A's elements. Thus, it is important to find a grand strategy in the management of the culinary tourism attraction for the Coastal Culinary Scales, through a SWOT analysis (IFAS and EFAS). This research is qualitative descriptive research with interviews, direct observation and literature study. The results of this study are that the grand strategy that can be applied in the management of the culinary tourism attraction of Penimbangan Beach is in quadrant I, namely by maximizing the application of the S-O (*strength-opportunity*) strategy. MSME actors are expected to be able to maximize their internal strengths to seize opportunities in developing the culinary tourism attraction of Penimbangan Beach.

Keywords: Culinary Tourism, Small and Medium Enterprises, Creative Economy

Pendahuluan

Para wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk mendapatkan pengalaman baru di destinasi wisata. Salah satu pengalaman yang dicari oleh wisatawan adalah menikmati kuliner atau makanan. Konsep "glokalisasi" dimana suatu usaha menggabungkan potensi lokal berpengaruh kepada pendekatan di industri pariwisata, khususnya pada daya tarik wisata berbasis kuliner lokal. Menyuguhkan makanan kepada wisatawan tidak hanya menghantarkan atau menghadirkan makanan lokal kepada wisatawan, namun sebagai upaya bagaimana menghubungkan makanan dengan budaya lokal dan budaya global. Potensi wisata kuliner tidak hanya upaya memperkenalkan kuliner lokal kepada wisatawan, namun juga memiliki efek multidimensi (Richards, 2012).

Efek multidimensi yang dimaksud yaitu, *pertama* dengan meningkatnya konsumsi wisatawan terhadap kuliner lokal memberikan *multiplier effect* yang dapat meningkatkan ekonomi pada masyarakat sekitar atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kedua, dengan tamu mengkonsumsi makanan lokal dengan bahan makanan langsung dipasok dari destinasi wisata akan mengurangi emisi karbon atau salah satu upaya dalam meminimalkan dampak lingkungan, karena tidak menggunakan rantai transportasi yang

¹ Corresponding author.

E-mail : ponga.kusyanda@undiksha.ac.id, riesty.masdiantini@undiksha.ac.id

panjang atau mengurangi penggunaan transportasi yang dapat menyebabkan polusi. Ketiga, setiap daya tarik wisata akan bersaing dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Salah satu sektor andalan untuk membangkitkan ekonomi kerakyatan atau berbasis masyarakat di Indonesia adalah UMKM. Kuliner termasuk salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Sektor UMKM kuliner dapat menunjang aktivitas kepariwisataan pada destinasi wisata (Pangestuti, 2016). Terdapat dua faktor dalam pengembangan UMKM untuk menunjang aktivitas kepariwisataan, adapun faktor tersebut adalah faktor penghambat dan pendukung. Faktor penghambat yaitu, pemodal, bahan baku, peralatan, sumber daya manusia. Pada faktor pendukung meliputi, perijinan, pelatihan, pemasaran dan paguyuban (Hutabarat, 2015).

Pandemi *Covid-19* memberikan dampak serius kepada sektor pariwisata (Huynh et al., 2021) (Riadil, 2020). Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dituntut untuk lebih kreatif guna menjangkau pangsa pasar potensial. Wisata kuliner merupakan salah satu bentuk ekonomi kreatif yang memberikan pengalaman wisatawan untuk merasakan pengalaman autentik, khususnya pada kuliner lokal pada suatu daya tarik wisata (Martins, 2016). Salah satu potensi ekonomi kreatif yang dapat dimaksimalkan yaitu potensi wisata kuliner yang digagas oleh masyarakat lokal dan tergolong ke dalam UMKM. Bali sebagai salah satu wilayah Indonesia, sebagai pulau yang memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri (Wesnawa, Christiawan, & Sarmita, 2017). Termasuk juga pada kawasan Bali bagian utara, yaitu Kabupaten Buleleng. Wilayahnya yang terluas di Bali dapat dikembangkan yaitu kuliner lokal khas Buleleng pada Pantai Penimbangan.

Pantai Penimbangan, terbagi menjadi dua kawasan yaitu kawasan barat dan kawasan timur kedua kawasan ini dibatasi dengan sungai tepat di berada di area Pura Segara Penimbangan. Daya tarik wisata Pantai Penimbangan khususnya pada kawasan bagian timur merupakan daya tarik wisata yang digemari oleh masyarakat lokal serta bagi anak muda. Kawasan timur Pantai Penimbangan dikenal sebagai salah satu tempat wisata kuliner kekinian dan *instagramable* di Kota Singaraja, yang dikenal sebagai kota pelajar. Di sepanjang garis Pantai Penimbangan pada kawasan timur banyak ditemukan *restaurant* maupun bar milik masyarakat yang menyajikan aneka ragam kuliner, mulai kuliner *western* hingga lokal. Dari berbagai macam kuliner yang disajikan, kuliner lokal tidak terlalu dilirik oleh pengunjung atau wisatawan. Sebagai daya tarik wisata berbasis kuliner, kuliner lokal hendaknya menjadi daya tarik dan sebagai *unique selling point* pada suatu daya tarik wisata. Pengembangan wisata kuliner Bali secara khusus di Pantai Penimbangan Buleleng tentunya diharapkan mampu mendukung promosi kuliner tradisional Bali dan juga kuliner inovatif berbahan baku lokal (Ariani, Ekayani, & Masdarini, 2020).

Pengkajian potensi wisata kuliner berbasis UMKM sangat penting dilakukan guna memetakan kelayakan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata (Saptaningtyas, Handayani, & Mentari Indriani, 2021). Selain mengidentifikasi, penerapan strategi pengelolaan serta dapat memperkuat kedudukan potensi daya tarik wisata dibenak wisatawan melalui unsur 4A, yaitu Atraksi (*attraction*), amenitas (*amenities*), aksesibilitas (*accessibility*), dan pelayanan tambahan (*ancillary service*) (Murdana, 2019). Oleh karena itu perlu dilakukan kajian untuk mengetahui strategi pengelolaan daya tarik wisata Pantai Penimbangan pada kawasan timur sebagai daya tarik wisata kuliner khususnya pada sektor UMKM berbasis ekonomi kreatif, dalam hal ini sektor kuliner. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dengan memiliki tujuan untuk mengkaji strategi pengelolaan daya tarik wisata kuliner Pantai Penimbangan kawasan bagian timur pada UMKM kuliner sehingga dapat dirumuskan strategi unggulan (*grand strategy*) dalam pengelolaan potensi wisata kuliner yang tepat.

Metode

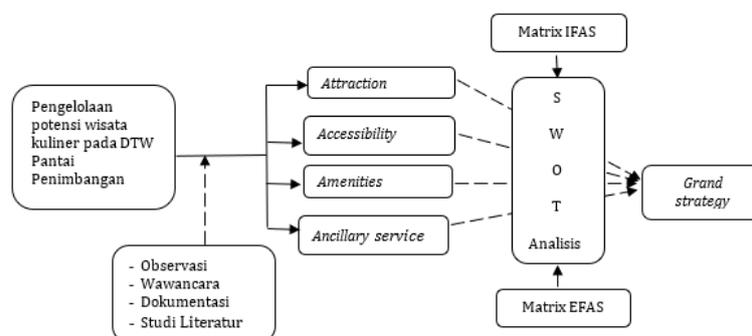
Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan mengambil lokasi pada kawasan bagian timur daya tarik wisata Pantai Penimbangan dengan pertimbangan kesesuaian variabel penelitian yaitu pengelolaan daya tarik wisata. Pada kawasan bagian timur telah memenuhi unsur tersebut dengan adanya Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara. Kedua kawasan timur daya tarik wisata Pantai Penimbangan memiliki unsur 4A's yaitu atraksi (*attraction*), amenitas (*amenities*), aksesibilitas (*accseibility*), dan pelayanan tambahan (*ancillary service*) yang dapat dapat berpotensi menjadi daya tarik wisata kuliner yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik pengumpulan data berupa observasi untuk menggali unsur-unsur analisis situasi daya tarik wisata 4A's yaitu atraksi (*attraction*), amenitas (*amenities*), aksesibilitas (*accseibility*), pelayanan tambahan (*ancillary service*). Wawancara mendalam (*in depth interview*) ditujukan kepada Kelompok Usaha Bersama yang dalam hal ini adalah ketua Pokja III Bidang Pariwisata sebanyak satu orang responden, pelaku usaha *restaurant*, *bar* dan atau warung

sebanyak dua orang responden dan dua orang responden dari unsur wisatawan. Data atau hasil wawancara berupa informasi diperoleh dikonversikan kedalam indikator analisis SWOT, selanjutnya dilakukan pembobotan berdasarkan informan kunci yaitu Kelompok Usaha Bersama yang dalam hal ini adalah ketua Pokja III Bidang Pariwisata, sehingga didapatkan hasil berupa strategi terpilih. Studi literatur dilakukan untuk mengkonfirmasi dan memperkuat data-data hasil penelitian dengan penelitian sejenis.

Kajian potensi wisata kuliner sangat populer untuk dikaji terlebih di Indonesia yang memiliki potensi kuliner lokal lengkap dengan keunikan dimasing-masing daerah. Potensi kuliner lokal atau makanan tradisional dapat sebagai atraksi pariwisata atau daya tarik wisata bagi pengunjung dapat dilihat dari dimensi cara menyajikan, waktu penyajian, alat yang digunakan sehingga menimbulkan keunikan bagi wisatawan atau dapat sebagai atraksi wisata (Harsana, Minta, Triwidayati, 2020). Kajian potensi kuliner lokal sebagai daya tarik wisata tidak hanya dikaji hanya melalui kuliner lokal tersebut sebagai daya tarik, namun dapat dikaji unsur-unsur penentu lainnya yaitu atraksi, aksesibilitas, amenities dan pelayanan tambahan (Saptaningtyas et al., 2021). Pemanfaatan makanan lokal dapat menimbulkan pariwisata berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat dengan melibatkan pedagang-pedagang makanan lokal skala kecil-menengah pada suatu daya tarik wisata (Purnomo, 2021). Keunikan yang dimiliki oleh makanan lokal dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung menikmati makanan lokal tersebut, semakin menarik makanan lokal yang dihadirkan maka wisatawan semakin tertarik untuk berkunjung (Setiawan et al., 2020). Untuk memperkenalkan daya tarik wisata dibenak konsumen dapat dilakukan dengan memaksimalkan keunikan suatu daya tarik wisata dibandingkan dengan daya tarik wisata lainnya atau *unique selling point (USP)* yang dapat dimaksimalkan dari atribut daya tarik wisata yaitu *attraction, amenities, accesibility* dan *ancillary service* (Murdana, 2019)

Potensi kuliner lokal di daya tarik wisata Pantai Penimbangan berpotensi menjadi identitas wisata kuliner di Pantai Penimbangan. Saat ini beberapa penelitian mengkaji secara umum, baik potensi kuliner lokal menjadi daya tarik wisata dan kajian UMKM sebagai ekonomi kreatif pada suatu daya tarik wisata. Pada penelitian ini dikaji secara holistik bagaimana potensi kuliner lokal pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan dengan pendekatan pengelolaan serta *unique selling point* yang dimiliki sehingga didapatkan *grand strategy* berdasarkan atribut destinasi wisata yaitu *attraction, accesibility, amenities, dan ancillary service*.



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Hasil dan Pembahasan

3.1. Analisis situasi

Pantai Penimbangan merupakan salah satu daya tarik wisata yang menawarkan wisata kuliner serta memiliki berbagai keunikan yang dapat menjadi indikator daya saing bagi daya tarik wisata Pantai Penimbangan. Adapun analisis situasi berdasarkan atribut daya tarik wisata yang dimiliki adalah sebagai berikut (Murdana, 2019):

1) *Attraction* (atraksi wisata)

Dalam mengidentifikasi atraksi wisata pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan, adapun atraksi wisata yang dapat dinikmati di pantai penimbangan dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu atraksi wisata bersifat buatan manusia (*man made*) serta atraksi wisata bersifat natural (*natural resources*). Atraksi wisata bersifat buatan manusia (*man made*) yang terdapat pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan yaitu (1) tempat penangkaran penyu dan pelestarian terumbu karang, aktivitas ini diinisiasi oleh kelompok swadaya masyarakat yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama

(KUB) Sari Segara. Pada musim penyu bertelur, tempat ini menjadi daya tarik wisata sekaligus sebagai wahana edukasi dalam pelestarian dan menjaga lingkungan; (2) *water sport*, aktivitas *water sport* diinisiasi oleh Kelompok Usaha Bersama (KUB), terdapat satu warung khusus menyediakan dan menyewakan peralatan kano serta satu warung lain yang menyediakan dan menyewakan fasilitas diving. Aktivitas *water sport* ini dikelola oleh masyarakat lokal di bawah naungan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara.

2) *Accessibility* (aksesibilitas)

Aspek aksesibilitas mengidentifikasi akses menuju daya tarik wisata Pantai Penimbangan. Adapun aksesibilitas utama maupun penunjang menuju pantai penimbangan tergolong sangat mudah untuk dilalui. Penentuan koordinat lokasi sangat mudah terdeteksi pada *platform Google map*. Terdapat *signage* atau penanda arah menuju daya tarik wisata Pantai Penimbangan dari jalur utama menuju Pantai Penimbangan. Keunggulan daya tarik wisata Pantai Penimbangan terletak pada aksesibilitasnya, terletak di pinggir sisi utara kota Singaraja dan berada pada jalur utama Singaraja-Gilimanuk, 10 menit dari pusat kota Singaraja, serta berjarak 15 menit dari daya tarik wisata Pantai Lovina, oleh karena itu aksesibilitas daya tarik wisata Pantai Penimbangan memiliki potensi untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

3) *Amenities* (Amenitas)

Terdapat beberapa akomodasi untuk wisatawan di sekitar Pantai Penimbangan seperti OYO, *restaurant*, *bar* dan warung khusus menyajikan makanan dan minuman, baik makanan lokal maupun *western*. Sebelah barat pada jalan utama antara Pantai Penimbangan dan Pantai Lovina telah tersedia akomodasi wisata baik berupa hotel berbintang sampai dengan OYO. Dengan demikian aspek amenitas pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan dan kawasan penunjang sekitar sudah terpenuhi dengan baik.

4) *Ancillary service* (pelayanan tambahan)

Aspek *ancillary service* merupakan keberadaan suatu lembaga yang terlibat dalam pengelolaan suatu daya tarik wisata sehingga mampu memberikan pelayanan tambahan bagi wisatawan. Pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan telah terdapat kelompok Usaha Bersama (KUB) dengan membawahi beberapa Pokja yang terdiri dari Pokja I Bidang Pendidikan dan Latihan, Pokja II Bidang Pariwisata, Pokja III Bidang Penangkapan. Tata kelola kawasan daya tarik wisata dapat diklasifikasikan telah tertata dengan baik, terlebih dengan potensi kuliner yang dimiliki.

3.2. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) merupakan salah satu analisis atau instrumen dalam menentukan konsep perencanaan strategis bagi suatu bisnis (Roseven Rudiyanto & Hutagalung, 2021). Analisis SWOT pada perencanaan strategi pada industri pariwisata atau kepariwisataan sudah sangat lumrah digunakan, guna mendapatkan empat strategi yang dapat dirumuskan, yaitu 1) pada kuadran I mendukung strategi agresif, 2) pada kuadran II mendukung strategi diversifikasi, 3) pada kuadran III mendukung strategi *turn around*, 4) pada kuadran IV mendukung strategi defensif (Nggini, 2019). Hasil analisis SWOT sebagai indikator penentu dalam menentukan strategi utama pada penelitian ini.

Adapun analisis SWOT berdasarkan atribut daya tarik wisata yang telah dikaji melalui metode observasi dan wawancara adalah sebagai berikut.

1) *Strength*

a) Lokasi

Posisi daya tarik wisata Pantai Penimbangan berada di kawasan Kota Singaraja, terletak pada jalur utama Amlapura-Singaraja-Pelabuhan Gilimanuk (jalur utara Pulau Bali). Hal ini menyebabkan DTW Pantai Penimbangan memiliki potensi daya tarik wisata untuk dikunjungi wisatawan sangat besar sebagai *rest area* sekaligus menikmati wisata kuliner.

b) Penataan kawasan wisata kuliner (pedestrian)

Penataan kawasan secara umum dibagi menjadi dua kawasan. Adapun batas kawasan barat dan timur yaitu dibatasi dengan sungai. *Pertama* kawasan bagian barat memiliki jumlah warung atau pedagang dengan ciri khas lapak-lapak pedagang atau warung pada tepi garis pantai. Pada kawasan bagian barat terdapat tempat yang ikonik yaitu *Krisna's Beach Street Bar & Resto* yang menjadi tempat untuk berkumpul anak muda untuk menikmati makan dan minuman sambil menikmati sunset. *Kedua*, pada kawasan bagian timur memiliki ciri khas penataan yang berbeda dengan kawasan bagian barat. Jika pada kawasan bagian barat ditata sebagai lapak-lapak warung makan,

berbeda halnya dengan penataan pada sisi timur yang dikelola oleh Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara. Konsep penataan kawasan kuliner pada sisi timur ditata dengan konsep *restaurant* atau *cafe*, baik dari sisi konsep, pelayanan dan hiburannya, serta diantara deretan *restaurant* dan *cafe* dengan pantai dibuat pedestrian yang digunakan untuk wisatawan untuk berkeliling dengan pangsa pasar utama yaitu anak muda (mahasiswa) dan keluarga. Penataan kawasan timur Pantai Penimbangan memiliki ciri khas yang hampir menyerupai pantai-pantai yang ada di Sanur, Denpasar yang sudah menjadi destinasi wisata unggulan Kota Denpasar.

c) Atraksi wisata

Daya tarik wisata Pantai Penimbangan memiliki beberapa atraksi wisata yang mampu menunjang aktivitas wisata kuliner. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, identifikasi daya tarik wisata Pantai Penimbangan adalah sebagai berikut, *Pertama*, sesuatu yang dapat dilakukan wisatawan (*something to do*) meliputi aktivitas olahraga air atau *water sport* seperti bermain kano, *snorkling* dan menyelam (*diving*). *Kedua*, sesuatu yang dapat dibeli oleh wisatawan di daya tarik wisata (*something to buy*) meliputi kios souvenir atau oleh-oleh yang dapat dibeli oleh wisatawan pada area daya tarik wisata Pantai Penimbangan, terdapat *restaurant* dan *bar* yang produknya dapat dibeli dan dinikmati secara langsung oleh wisatawan. *Ketiga*, sesuatu yang dapat dilihat oleh wisatawan (*something to see*) meliputi panorama daya tarik wisata Pantai Penimbangan yang mencerminkan konsep kearifan lokal *Nyegara Gunung*, dimana wisatawan dapat menikmati suasana pantai serta panorama perbukitan sebagai latar belakang atau pemandangan, matahari terbenam (*sunset*). *Keempat*, sesuatu yang dapat dipelajari oleh wisatawan di daya tarik wisata berupa pengalaman baru (*something to learn*), meliputi wisatawan dapat belajar berbagai aktivitas tentang konservasi alam dengan kehadiran penangkaran penyu dan konservasi terumbu karang yang pada awalnya digagas oleh kelompok nelayan, kemudian selanjutnya dibentuk suatu lembaga yaitu Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara.

d) Kuliner Lokal

Salah satu potensi daya tarik wisata Pantai Penimbangan yaitu keberadaan kuliner lokal. Pada kawasan sisi timur Pantai Penimbangan didominasi oleh *restaurant* dan *cafe* yang dikelola oleh masyarakat lokal, melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara menyajikan makanan lokal pada menu yang dapat dinikmati oleh wisatawan, pada salah satu *restaurant* sudah mampu menyusun menu berdasarkan klaster, klaster masakan lokal dan *western*. Adapun ciri khas kuliner lokal yang disajikan pada kawasan bagian timur Pantai Penimbangan yaitu tipat sate lilit ikan laut, jukut be pasih, jukut gurita, cumi sambel jongor, cumi suna cekuh, ikan goreng suna cekuh, gurita sambel jongor, keping sambal jongor, serta aneka rujak khas Kabupaten Buleleng.

e) Tempat swafoto

Terdapat beberapa tempat untuk berswafoto pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan, yaitu pada deretan kursi dan meja *restaurant* dan *bar* yang berjejer pada kawasan bagian timur Pantai Penimbangan yang sering dijadikan tempat melakukan swafoto oleh wisatawan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, kawasan daya tarik wisata Pantai Penimbangan pada kawasan bagian timur ramai dikunjungi wisatawan pada sore hari untuk menikmati *sunset* dan lampu-lampu dari *restaurant* dan *bar* sebagai latar belakang untuk melakukan aktivitas swafoto yang menarik untuk diunggah pada sosial media. Salah satu tempat melakukan swafoto yang unik dapat ditemukan pada salah satu warung paling ujung timur kawasan Pantai Penimbangan yaitu warung Dewangkara, yang memadukan konsep alam dengan berbagai karya seni yang dibuat sendiri memanfaatkan bahan daur ulang.

f) Hiburan (*Live music*)

Salah satu hiburan yang dapat ditemukan bagi wisatawan yang berkunjung pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan pada malam hari adalah adanya hiburan pentas musik secara langsung yang dapat dinikmati di beberapa *restaurant* dan *bar* sambil menikmati makan malam di bibir pantai. Hiburan ini dinikmati oleh ceruk pasar anak muda yang dalam hal ini adalah pelajar, mahasiswa/i yang berkunjung di daya tarik wisata Pantai Penimbangan pada kawasan timur.

g) Tata kelola atraksi wisata

Tata kelola kawasan daya tarik wisata Pantai Penimbangan sudah tertata dengan baik dengan terbentuknya beberapa kelompok yang saling bersinergi yaitu Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara serta Kelompok Masyarakat Pengawas (Pokmaswas) Penimbangan Lestari, Desa Baktiseraga. Keberadaan kelompok pengelola ini memenuhi kriteria *ancillary service* (pelayanan tambahan). Tata kelola yang tergolong baik dapat diidentifikasi melalui struktur organisasi yang sudah terbentuk beserta tanggungjawab untuk pengelolaan daya tarik wisata Pantai Penimbangan khususnya pada kawasan sisi timur. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola khususnya

yang mengorganisasikan bidang pariwisata, sejauh ini Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara telah mendapatkan pelatihan terkait tata kelola daya tarik wisata, baik melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* seperti kegiatan CSR PT. Indonesia Power, serta kegiatan pengabdian masyarakat oleh perguruan tinggi.

2) *Weakness*

a) Penyajian kuliner lokal

Penyajian kuliner, khususnya kuliner lokal belum memiliki standar baku. Pada saat wisatawan menikmati kuliner lokal pada *restaurant* satu dengan yang lain tidak memiliki kesamaan baik bentuk, porsi, dan rasa, atau belum terdapat standarisasi secara umum dalam penyajian kuliner khususnya kuliner lokal. Namun secara umum kuliner yang disajikan di DTW Pantai Penimbangan kawasan timur tergolong baik.

b) Promosi kuliner lokal

Kuliner lokal yang ditawarkan pada warung dan *restaurant* pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan belum maksimal. Salah satu media yang dapat digunakan secara *massive* dalam melakukan promosi usaha khususnya UMKM yaitu melalui sosial media seperti *instagram, facebook, tiktok*. Saat ini promosi yang dilakukan secara mandiri oleh pemilik masing-masing *restaurant* dan *bar*. Belum adanya wadah promosi secara terpadu atau akun sosial media Pantai Penimbangan yang menghimpun dan mempromosikan semua potensi wisata kuliner yang ada.

c) Petunjuk arah daya tarik wisata Pantai Penimbangan kawasan timur

Berdasarkan hasil wawancara, petunjuk arah (*signage*) khusus untuk menuju daya tarik wisata Pantai Penimbangan kawasan timur belum terpenuhi. Para wisatawan yang berkunjung cenderung belum mengenal kawasan timur dibanding kawasan barat Pantai Penimbangan yang memiliki akses langsung dari jalur utama Singaraja-Gilimanuk. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengusaha *restaurant* pada kawasan bagian timur, belum adanya petunjuk arah pada kawasan timur Pantai Penimbangan berpengaruh kepada kunjungan wisatawan dibandingkan dengan kawasan barat.

d) Sarana Pra-Sarana (Sarpras Umum)

Sarana Pra-sarana merupakan aspek penunjang dalam pengembangan daya tarik wisata atau sering disebut dengan amenities (*amenity*). Salah satu sarana pra-sarana umum yang menjadi perhatian wisatawan pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan yaitu fasilitas toilet. Saat ini terdapat satu toilet umum pada daya tarik wisata kawasan timur Pantai Penimbangan

e) Manajemen keuangan

Pada pengelolaan usaha *restaurant* milik masyarakat, pengelolaan yang hanya disentralisasikan kepada pemilik (*owner*). Pelaku usaha belum memaksimalkan pemanfaatan pembayaran secara non tunai seperti misalnya menggunakan *e-wallet OVO GoPay, Dana, LinkAja*, dan lainnya. Ditinjau dari segmentasi pasar yaitu anak muda, pemanfaatan pembayaran menggunakan *platform digital* dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan khususnya anak muda, disamping juga lebih aman pada masa Pandemi saat ini. Pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana, sehingga belum memanfaatkan penggunaan aplikasi keuangan berbasis digital.

3) *Opportunity*

a) Teknologi berbasis TIK (Sosial Media)

Maraknya penggunaan teknologi sangat membantu pemasaran suatu daya tarik wisata semakin berkembang. Saat ini teknologi *metaverse* diprediksi akan merubah segala sektor aktivitas individu maupun kelompok. *Metaverse* adalah ruang virtual 3D dengan perantara internet dengan menggunakan virtual reality dan augmented reality. Pengembangan destinasi wisata berbasis ICT (*Information and Communication Technology*) akan menjadi kebutuhan primer bagi setiap manajemen destinasi wisata untuk memasarkan dan memperkenalkan destinasi wisata kepada wisatawan. Beberapa model pengembangan industri berbasis virtual sudah banyak dilakukan salah satunya pemodelan destinasi wisata berbasis *virtual reality* atau *e-tourism*. Model ini memiliki keuntungan pada dampak lingkungan yang berkaitan dengan pembangunan destinasi wisata (Sambhanthan & Good, 2013).

b) Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif

Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang sedang di prioritaskan, khususnya pada Kabupaten Buleleng dengan membentuk komite ekraf di Kabupaten Buleleng, terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, yaitu: 1) arsitektur, 2) desain interior, 3) pengembang permainan (game), 4) musik, 5) seni rupa, 6) desain produk, 7) fesyen (fashion), 8) kuliner, 9) fotografi, 10) film, animasi dan video, 11) Desain komunikasi visual, 12)

- televisi dan radio, 13) kria, 14) perikanan, 15) seni pertunjukan, 16) penerbitan, 17) aplikasi (*software*).
- c) Kebijakan Sumber Daya Pariwisata Provinsi Bali
Penguatan organisasi kepariwisataan, pengembangan SDM, penyelenggaraan Penelitian dan pengembangan SDM melalui 1) pelatihan/Bimtek penjaga daya tarik wisata; 2)sertifikasi kompetensi; 3) Penyuluhan Sadar Wisata kepada POKDARWIS (kelompok sadar wisata), pelajar dan masyarakat.
- d) PERDA Nomor 5 Tahun 2020 tentang Standar Penyelenggaraan kepariwisataan Budaya Bali
Perda No. 5 Tahun 2020 mengatur standar penyelenggaraan kepariwisataan budaya Bali berlandaskan Tri Hita Karana yang bersumber dari nilai-nilai budaya dan kearifan lokal *Sad Kerthi*.
- 4) *Threat*
- a) Pandemi *Covid-19*
Pandemi *Covid-19* berdampak serius terhadap sektor pariwisata. Pembatasan kegiatan masyarakat dan *lockdown* yang dilakukan oleh negara pangsa pasar sasaran membuat aktifitas kepariwisataan tidak berjalan dengan normal. Banyak industri pada sektor pariwisata terpaksa harus berhenti melakukan operasional dan berdampak kepada kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar sebagai penunjang aktivitas industri kepariwisataan.
- b) Kebijakan berpergian di tengah *Covid-19*
Kebijakan khususnya pada peraturan berpergian yang berubah-ubah membuat beberapa pengelola industri pariwisata tidak mampu mengaplikasikan kebijakan atau beradaptasi dengan baik. Salah satu industri pariwisata yang tergolong susah dalam penerapan kebijakan yang berubah-ubah adalah industri hotel serta makanan dan minuman seperti *restaurant, bar, cafe* dan lainnya. Pemangkasan waktu berkunjung, pengaturan jumlah maksimum kapasitas wisatawan hingga penutupan usaha berdampak langsung kepada pelaku usaha yang sudah melakukan persiapan untuk membuka atau menjalankan usahanya, sehingga *cost* yang dikeluarkan harus dikelola dengan efisien agar tetap memperoleh profit.
- c) Daya saing / *competitiveness*
Daya saing atau aspek kompetitif pada masa pandemi *Covid 19* khususnya pada industri pariwisata sangat sulit. Banyak manajemen perhotelan atau pengelola industri pariwisata melakukan pemangkasan harga yang dapat berpengaruh pada daya saing industri pariwisata secara umum.
Berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan diatas, maka dikaji kembali dengan pembobotan melalui analisis *Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)* dan *External Factor Analysis Strategy (EFAS)*, sehingga dapat menyusun strategi utama dan alternatif dalam pengembangan daya tarik wisata ditinjau dari faktor kekuatan dan kelemahan (internal) dan peluang ancaman (eksternal) (Kurniawan & Abidin, 2019). Pembobotan dilakukan berdasarkan data primer dan sekunder yaitu wawancara dengan lima orang informan kunci yaitu satu orang pengelola kawasan, dua orang pemilik *restaurant*, serta dua orang wisatawan, hingga data jenuh dapat dikonversikan dari data kualitatif dilakukan proses kuantifikasi berdasarkan urgensi dan bobot pertanyaan dalam wawancara dan diterjemahkan kedalam skor *rating* (Roseven Rudiyanto & Hutagalung, 2021).

Tabel 1.
Skor Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

IFAS	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Strength	Lokasi	0.09	5	0.47
	Penataan Kawasan wisata kuliner	0.09	4	0.38
	Atraksi wisata (penangkaran dan konservasi penyu)	0.09	5	0.47
	Kuliner lokal	0.06	4	0.25
	Spot Swafoto (<i>Selfie</i>)	0.09	4	0.38
	Hiburan (<i>live music</i>)	0.06	4	0.25
	Tata Kelola atraksi wisata	0.06	4	0.25
	Total skor kekuatan			2.44
Weakness	Penyajian Kuliner Lokal	0.09	2	0.19
	Promosi Kuliner Lokal	0.06	2	0.13
	Petunjuk arah DTW Pantai Penimbangan Kawasan Timur	0.09	2	0.19
	Sarana Pra-sarana (Sarpras Umum)	0.09	2	0.19
	Manajemen keuangan	0.09	2	0.19
	Total skor kelemahan			0.88
Total Skor Faktor Internal		1.00		3.31

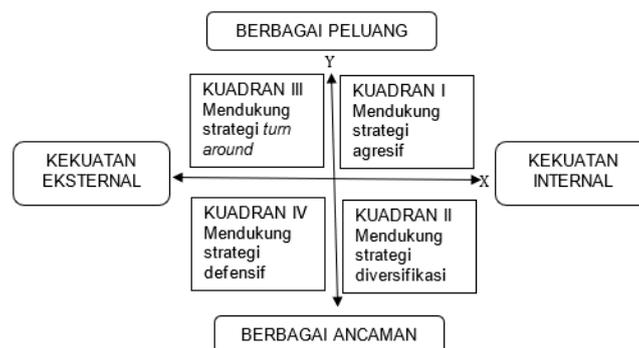
Berdasarkan tabel *Internal Faktor Analysis Strategic* (IFAS) pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan, maka didapatkan skor pada faktor kekuatan (*strength*) dengan nilai 2.44, sedangkan pada faktor kelemahan (*weakness*) dengan skor 0.88.

Tabel 2.
 Skor *External Factor Analysis Strategy* (EFAS)

EFAS	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunity</i>	Teknologi berbasis TIK (Sosial Media)	0.17	5	0.83
	Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Komite ekraf Buleleng)	0.17	5	0.83
	Kebijakan sumber daya pariwisata Provinsi Bali	0.11	4	0.44
	PERDA Nomor 5 Tahun 2020 tentang standar Penyelenggaraan kepariwisataan Budaya Bali	0.11	4	0.44
	Total skor peluang			
<i>Threat</i>	Pandemi <i>Covid-19</i>	0.17	2	0.33
	Kebijakan berpergian saat Pandemi <i>Covid-19</i>	0.17	1	0.17
	Daya saing/ <i>competitiveness</i>	0.11	2	0.22
	Total skor ancaman			0.72
Total Skor Faktor Eksternal		1.00		3.28

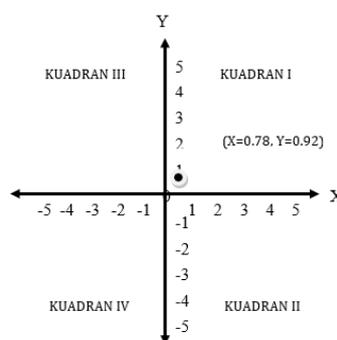
Berdasarkan tabel *External Faktor Analysis Strateguc* (EFAS) pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan, maka didapatkan skor pada faktor peluang (*opportunity*) dengan nilai 2.56, sedangkan pada faktor ancaman (*threat*) dengan nilai 0.72.

Untuk mengukur titik koordinat *Internal Faktor Analysis Strategic* (IFAS) dengan titik koordinat X dan *External Faktor Analysis Strateguc* (EFAS) dengan titik koordinat Y dapat dihitung mengguakan rumus titik $X=(S-W)/2$ dan titik $Y=(O-T)/2$. Adapun hasil dari masing-masing titik koordinat yaitu nilai $X = (2.44-0.88)/2 = 0.78$. Adapun nilai $Y = (2.56-0.72)/2 = 0.92$. Berikut merupakan diagram analisis SWOT sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

maka nilai masing-masing titik koordinat yaitu $X=0.78$ dan $Y=0.92$. Berdasarkan hasil tersebut berada pada Kuadran I yaitu pada strategi S-O (*strength-opportunity*)



Gambar 3. Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan gambar hasil analisis IFAS dan EFAS serta pada diagram di atas maka dirumuskan strategi utama bagi daya tarik wisata Pantai Penimbangan yaitu strategi S-O dan dirumuskan beberapa strategi

penunjang sebagai alternatif strategi sesuai dengan kondisi daya tarik wisata Pantai Penimbangan pada matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel 3.
Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
<p>EFAS OPPORTUNITY (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknologi berbasis TIK (Sosial Media) • Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dan UMKM (Komite Ekraf Buleleng) • Kebijakan sumber daya pariwisata Provinsi Bali • PERDA Nomor 5 Tahun 2020 tentang standar Penyelenggaraan kepariwisataan Budaya Bali <p>THREAT (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pandemi <i>Covid-19</i> • Kebijakan berpergian saat Pandemi <i>Covid-19</i> • Daya saing / <i>competitiveness</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Penataan Kawasan wisata kuliner • Atraksi wisata (penangkaran dan konservasi penyu) • Kuliner lokal • <i>Spot Swafoto (selfie)</i> • Hiburan (<i>live music</i>) • Pemahaman Tata Kelola daya tarik wisata oleh lembaga pengelola <p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan penataan kawasan berbasis <i>Tri Hita Karana</i>. Kawasan daya tarik wisata yang ramah terhadap kegiatan upacara agama dan menjaga kawasan suci seperti keberadaan Pura Segara Penimbangan (<i>aspek parhyangan</i>) penataan kawasan aktivitas wisata, pedestrian yang ramah lingkungan dan bersih, menjaga kebersihan pantai sebagai kawasan konservasi penyu dan terumbu karang serta memperhatikan kebersihan sarana prasana seperti toilet umum (<i>aspek palemahan</i>), terciptanya daya tarik wisata dengan suasana harmonis yaitu baik dari manajemen, karyawan pada <i>restaurant, bar</i> dan <i>cafe</i>, dapat melayani tamu dengan baik dan memberikan kepuasan kepada tamu (<i>aspek pawongan</i>). • Memaksimalkan potensi kuliner lokal sebagai bentuk dukungan terhadap UMKM dan ekonomi kreatif agar dapat menjadi <i>unique selling point</i> dengan memaksimalkan TIK yang dalam hal ini sosial media untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Penimbangan dan mengenal kuliner lokal yang disajikan. <p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsisten menerapkan protokol kesehatan pada setiap <i>restaurant, bar</i>. • Memaksimalkan potensi atraksi wisata penangkaran penyu dan konservasi terumbu karang sebagai <i>unique selling point</i> yang tidak ditemukan pada daya tarik wisata sejenis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyajian Kuliner Lokal • Promosi Kuliner Lokal • Petunjuk arah (<i>signage</i>) • Sarana Pra-sarana (Sarpras Umum) • Manajemen keuangan <p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan penyajian kuliner lokal yang dihadirkan ke wisatawan dengan membuat tampilan kuliner lokal yang dapat dinikmati oleh semua unsur atau kalangan wisatawan dengan beberapa modifikasi baik pada <i>garnish</i> maupun penyajian, sehingga masuk kategori ekonomi kreatif. • Memaksimalkan penggunaan TIK berbasis sosial media untuk mencitrakan kuliner lokal yang tersedia pada warung maupun <i>restaurant</i> di Pantai Penimbangan. • Mengadakan pelatihan kepada karyawan guna memahami kompetensi dasar pengelolaan baik keuangan maupun operasional penunjang aktivitas UMKM kuliner. <p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan penataan sarana pra-sarana umum seperti menyediakan toilet yang representatif untuk menghindari citra negatif jika dibanding dengan daya tarik wisata lain. • Memaksimalkan promosi daya tarik wisata dengan memaksimalkan <i>unique selling point</i> yang dimiliki.

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS serta perumusan strategi alternatif melalui matriks SWOT *analysis*, adapun strategi utama yang dapat diaplikasikan oleh pengelola daya tarik wisata Pantai Penimbangan berdasarkan hasil analisis berada pada kuadran I yaitu strategi S-O. Pada posisi ini pengelola daya tarik wisata Pantai Penimbangan mendukung strategi agresif dengan memaksimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang.

Simpulan dan saran

Pengelolaan daya tarik wisata Pantai Penimbangan khusus pada kawasan timur berbasis kuliner yang dikelola oleh Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Segara telah berjalan dengan baik, adapun strategi pengelolaan berdasarkan analisis *Internal Faktor Analysis Strategic (IFAS)* dan *External Faktor Analysis Strategic (EFAS)* adapun titik koordinat berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS berada pada kuadran I yaitu berada pada strategi S-O (*Strength- Opportunity*), sehingga dirumuskan *grand strategy* yaitu pertama, memaksimalkan penataan kawasan berbasis *Tri Hita Karana*. Kawasan daya tarik wisata yang ramah

terhadap kegiatan upacara agama dan menjaga kawasan suci seperti keberadaan Pura Segara Penimbangan (*aspek parhyangan*), penataan kawasan aktivitas wisata, pedestrian yang ramah lingkungan dan bersih, menjaga kebersihan pantai sebagai kawasan konservasi penyu dan terumbu karang serta memperhatikan kebersihan sarana prasana seperti toilet umum (*aspek palemahan*), terciptanya daya tarik wisata dengan suasana harmonis yaitu baik dari manajemen, karyawan pada *restaurant* dan *bar*, dapat melayani tamu dengan baik dan memberikan kepuasan kepada tamu (*aspek pawongan*). Kedua, memaksimalkan potensi kuliner lokal sebagai bentuk dukungan terhadap UMKM dan ekonomi kreatif agar dapat menjadi *unique selling point* dengan memaksimalkan TIK yang dalam hal ini sosial media untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Penimbangan dan mengenal kuliner lokal yang disajikan.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ditawarkan beberapa saran yaitu, dalam pengelolaan produk pengelola menentukan diversifikasi produk khususnya kuliner lokal sebagai *unique selling point* (USP) yang menjadi ciri khas kuliner lokal pada daya tarik wisata Pantai Penimbangan. Dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) pihak pengelola dapat menggandeng perguruan tinggi, serta lembaga-lembaga yang dapat memberikan pelatihan-pelatihan baik bidang operasional maupun tata kelola pada daya tarik wisata.

Daftar Rujukan

- Ariani, R. P., Ekayani, I. A. P. H., & Masdarini, L. (2020). Pengembangan “Wisata Kuliner” Di Pantai Penimbangan Desa Baktiseraga, Buleleng - Bali. *Proceeding Senadimas ...*, 1122–1129. Retrieved from <https://lppm.undiksha.ac.id/senadimas2020/assets/ProsidingSenadimas2020/file/150.pdf>
- Harsana, Minta, Triwidayati, M. (2020). *Kata Kunci: Wisata Kuliner, Makanan Tradisional 1 2. Vol 15 No.*, 1–24.
- Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12–20.
- Huynh, D. Van, Truong, T. T. K., Duong, L. H., Nguyen, N. T., Dao, G. V. H., & Dao, C. N. (2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam. *Economies*, 9(4), 172. <https://doi.org/10.3390/economies9040172>
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogong Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *Jurnal Al Tijarah*, 5(2), 93–103.
- Martins, M. (2016). Gastronomic tourism and the creative economy. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(2), 33–37.
- Murdana, I. M. M. (2019). Pendekatan Unique Point Selling (Ups) Dlm Reformulasi Strategi Pemasaran Pulau Gili Trawangan Pasca Gempa. *Ganec Swara*, 13(1), 181. <https://doi.org/10.35327/gara.v13i1.79>
- Nggini, Y. H. (2019). Analisis Swot (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 141. <https://doi.org/10.38043/jids.v3i1.1739>
- Pangestuti, V. A. M. K. M. E. (2016). KULINER (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang). *Administrasi Bisnis*, 38(2), 105–111.
- Purnomo, A. M. (2021). *Development of Local Food in Tourism for Supporting Sustainable Indonesia Tourism Development*. 104–109. <https://doi.org/10.5220/0010003301040109>
- Riadil, I. G. (2020). Tourism Industry Crisis and its Impacts: Investigating the Indonesian Tourism Employees Perspectives’ in the Pandemic of COVID-19. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 98–108. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.54>
- Richards, G. (2012). Food and the Tourism Experience: Major Findings and Policy Orientations. *Food and the Tourism Experience*, (September), 13–46.
- Roseven Rudiyanto, & Hutagalung, S. (2021). *Analisis Swot Gua Batu Cermin Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Manggarai Barat*. 2(2).
- Sambhanthan, A., & Good, A. (2013). A Virtual World Model to Enhance Tourism Destination Accessibility in Developing Countries. *ArXiv:1302.5199*.
- Saptaningtyas, R. S., Handayani, T., & Mentari Indriani, N. K. A. I. P. (2021). Kajian Potensi Wisata Kuliner Pantai Ampenan. *SADE: Jurnal Arsitektur, Planologi Dan Teknik Sipil*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.29303/sade.v1i1.6>
- Setiawan, H., Hamid, A., Bustan, J., Administrasi, J., Politeknik, B., & Sriwijaya, N. (2020). *Model daya*. 16(1).
- Wesnawa, I. G. A., Christiawan, P. I., & Sarmita, I. M. (2017). Diversitas Pengembangan Daerah Pantai Di Bali Utara. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 3(2), 105–116. <https://doi.org/10.23887/jjis.v3i2.16518>