

Implementasi Strategi Bertahan dan Berkembang Wisata Kuliner di Era New Normal

Putu Eka Wirawan¹, I Made Sudjana²,
A.A Ayu Arun Suwi Arianty³, I Gusti Ayu Melistyari Dewi⁴

1234Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 7 July 2022

Received in revised form

10 July 2022

Accepted 20 July 2022

Available online 4 August 2022

Kata Kunci:

Strategi Bertahan, Strategi Berkembang, Wisata Kuliner, New Normal

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 berdampak pada pengelolaan industri pariwisata di Bali yang juga berdampak luas bagi kehidupan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi bertahan dan mengembangkan wisata kuliner di era New Normal di Desa Banjar, Kabupaten Buleleng, Bali. Analisis data yang digunakan adalah analisis model miles dan Huberman, dan penarikan kesimpulan yang akan disajikan secara deskriptif-kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi survival dan development dapat dicapai melalui upaya: Pertama, sosialisasi program standarisasi protokol kesehatan. Kedua, pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Kelembagaan. Ketiga, adalah pembuatan buku panduan wisata kuliner yang lengkap dan menarik. Keempat adalah media sosial sebagai bagian dari media promosi seperti Instagram, Facebook, dan media sosial lainnya. Kelima, pelayanan ekstra bagi wisatawan yang akan berkunjung dengan menyuguhkan wisata kuliner dengan cita rasa yang tidak pernah berubah.

ABSTRACT

The covid-19 pandemic has impacted the management of the tourism industry in Bali, which also has a wide-ranging impact on people's lives. This research aims to find strategies to survive and develop culinary tourism in the New Normal era in Banjar Village, Buleleng Regency, Bali. The data analysis used is the analysis of miles and Huberman models, and conclusion withdrawal that will be presented in the descriptive-qualitative. The results show that survival and development strategies can be achieved through efforts: First, to socialize the standardization program of health protocols. Second, is the development of Human Resources Capacity (HR) and Institutional. Third, is the creation of a complete and exciting culinary tour guidebook. Fourth is social media as a part of media for promotion such as Instagram, Facebook, and other social media. Fifth, extra services for tourists who will visit by presenting culinary tours with a taste that never changes.

Keywords: Defense Strategy, Development Strategy, Culinary Tourism, New Normal

Pendahuluan

Makanan dan minuman sebagai salah satu manifestasi hasil karya manusia merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Pada awalnya, makanan merupakan kebutuhan jasmani, tetapi dalam perkembangannya telah menyangkut dengan kebutuhan yang lain, yaitu kebutuhan sosial dan kebutuhan religius. Dengan kata lain, makanan tidak hanya untuk memenuhi fisik, tetapi juga kebutuhan non-fisik. Pada masa prasejarah pada tahap *food-gathering stage* manusia memenuhi kebutuhan pangan dengan cara mengumpulkan sumber makanan yang disediakan oleh alam. Pengetahuan tentang teknik pengolahan masih sangat sederhana sehingga tidak banyak variasi jenis makanan yang dihasilkan. Namun, pada tahap berikutnya, manusia sudah dapat menghasilkan atau memproduksi makanan dengan jenis makanan dan teknik pengolahan yang lebih bervariasi (Kurniawan, 2010). Perkembangan itu dapat dilihat dari maraknya destinasi wisata kuliner dengan aneka makanan dan minuman yang bermacam-macam.

Sementara itu, selama pandemi virus Covid-19 dengan varian Omicronnya, industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat terdampak. Indonesia menjadi satu dari banyak negara yang berjuang untuk kembali memulihkan sektor ini, dengan tetap menerapkan standar kesehatan guna mencegah potensi wabah lebih lanjut. Pandemi tersebut telah berdampak pada penutupan seluruh

¹ Corresponding author.

E-mail: wirawanputu@gmail.com

destinasi wisata di Indonesia yang sebagian besar menjadi ladang penghidupan masyarakat setempat. Sekalipun telah mulai dibuka terbatas, wisatawan masih enggan berkunjung dan merasa khawatir terhadap penyebaran virus. Wisata kuliner dianggap menjadi alternatif untuk memantik pengunjung sekaligus membuka lapangan kerja sektor pariwisata selama pandemi berlangsung (Republikaonline, 2020). Kajian Jannah dkk (2020) memaparkan bahwa selama covid-19 berlangsung, wisata kuliner di Simpang Lima Kota Semarang banyak dikunjungi dan diminati oleh wisatawan dan menjadikannya sebagai ikon kota itu, diantaranya adalah Pindang Serani, Tahu Gimbal, Lumpia Gang Lombok, Babat Gongso Pak Karmin, Es Cong Lik, Mie Kopyok Pak Dhuwur, Kue Lekker Paimo, dan Pisang Plenet (Jannah, 2020).

Implementasi strategi bertahan dan berkembang untuk daerah wisata kuliner diharapkan menjadi sumber kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan dan mampu menggalakkan aktivitas ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain. Harapannya: lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat. Seni kuliner yang dikemas dalam bentuk wisata kuliner menjadi salah satu pesona bagi wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan dengan tujuan untuk menikmati berbagai jenis makanan khas tempat yang dituju. Sebuah survei mengenai perilaku para wisatawan mengungkapkan bahwa bagi lebih dari sepertiga wisatawan di Asia Pasifik, makanan dan minuman adalah faktor penentu dalam memilih tujuan wisata mereka. Oleh karena itu, untuk mendukung daya tarik wisata perlu jasa penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage service*) yang baik, seperti restoran, rumah makan, dan toko (Prayogi, 2017).

Di Bali, saat ini banyak sekali dikembangkan tempat makan di antaranya kafe, restoran, resto yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman ala Indonesia, Cina, dan Eropa. Bahkan, pedagang-pedagang *furniture* yang ada di daerah Gianyar banyak yang menggeser fungsinya menjadi tempat makan istimewa dengan harga yang tidak terlalu mahal akibat dari menurunnya minat wisatawan terhadap *furniture* tersebut. Melihat hal tersebut, dapat dikatakan bahwa minat wisatawan terhadap wisata kuliner cukup tinggi. Hanya dengan melakukan kerja sama yang baik terhadap pihak biro perjalanan wisata, maka wisatawan pun akan datang dalam jumlah yang cukup banyak ke tempat makan tersebut (Margi et al., 2013).

Provinsi Bali merupakan salah satu daerah yang gencar memanfaatkan lahan pertanian dengan luas lahan sekitar 563.666 hektar atau 0,29% dari luas wilayah Indonesia yang tersebar di 9 Kabupaten/Kota. Dari angka tersebut, seluas 209.804 hektar atau 37,23% merupakan lahan pertanian bukan sawah, termasuk lahan perkebunan (BadanStatistik, 2016). Di Bali pusat perkebunan anggur berlokasi di Kabupaten Buleleng. Salah satu kecamatan yang memiliki jumlah tanaman anggur terbanyak adalah Kecamatan Banjar. Kecamatan Banjar terdiri atas 17 desa, tetapi yang memiliki perkebunan anggur hanya di 5 desa, yaitu Desa: Temuhun, Dencarik, Banjar, Tempekan, dan Tegehe. Luas area perkebunan anggur dari 5 desa sekitar 500,5 hektar dengan jumlah pohon sebanyak 210.619 pohon.

Desa Banjar yang terletak sekitar 650 m dari Kecamatan Banjar dan 18 km dari ibu kota Kabupaten Buleleng (Singaraja) merupakan daerah yang subur dengan mayoritas mata pencaharian masyarakat sebagai petani perkebunan, dengan anggur sebagai hasil perkebunan utama (sensus penduduk dan monografi Desa Banjar). Di Desa Banjar terdapat kelompok tani anggur yang beranggotakan 20 orang. Kelompok tani buah anggur inilah yang perlu diberdayakan melalui agrowisata, agar kehidupan mereka lebih baik.

Agrowisata, sebagaimana yang tertulis dalam Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/Kpts/HK/050/4/1989 dan Nomor KM.47/PW.DOW/MPPT/89 tentang koordinasi Pengembangan Wisata Agro, adalah suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek wisata dan bertujuan untuk memperluas pengetahuan, perjalanan, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Berbagai proses kegiatan mulai dari budidaya, pra panen, pasca panen, berupa pengolahan hasil hingga proses pemasaran dapat dijadikan obyek agrowisata. Agrowisata telah berhasil mempromosikan pembangunan pedesaan dan melindungi lingkungan karena cenderung mengembangkan teknik yang lebih berkelanjutan yang berdampak positif terhadap keanekaragaman hayati, lanskap, dan sumber daya alam (Mastronardi et al., 2015).

Namun demikian, pada masa Covid-19 dengan kehidupan New Normal seperti sekarang ini, terdapat empat perubahan yang perlu diantisipasi dengan adanya perubahan pola kehidupan dan bisnis makanan dan minuman, terutama wisata kuliner. Pertama, pergeseran saluran penjualan. Saluran penjualan makanan kini semuanya harus mengikuti protokol kesehatan Covid-19. Hal tersebut mengartikan bahwa beberapa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) makanan dan minuman sudah siap untuk menyambut New Normal yang mengutamakan kebersihan dan kesehatan. Kedua, *shifting the mindset of earning income and spending*. Artinya, dalam mencari pendapatan dan pengeluaran pun pelaku bisnis perlu berubah. Pelaku bisnis perlu mengetahui setiap kelas sosial yang memiliki karakter berbeda, karena ini akan

dipengaruhi oleh Covid-19. Hal inilah yang akan menimbulkan perubahan dalam gaya hidup setiap konsumen.

Ketiga, *shifting in the mindset of food safety and resource*. Dalam hal ini, orang akan cenderung memperhatikan bagaimana kebersihan makanan dan keamanan dari produk yang akan dibelinya. Mereka akan lebih ingin mengetahui dari mana asal makanan, sehat atau tidak, nutrisinya, dan lainnya. Keempat, berkaitan dengan *shifting in brand loyalty*. Pada perubahan ini, orang cenderung tidak melihat merek atau brand dari produk makanan minuman. Brand akan menempati posisi kedua atau ketiga dalam hal yang dicari konsumen. Karena sekarang, konsumen lebih memikirkan ketersediaan. Begitu mereka membeli barang tidak tersedia, mereka tidak pikir merek apa, langsung mencari yang ada saja. Tapi mereka juga akan memikirkan keamanan, kalau tidak aman, mereka tidak akan membeli. Hal tersebut tentu akan menjadi tantangan tersendiri bagi brand yang sudah memiliki nama. Namun di sisi lain akan menjadi peluang bagi *new comer* (Kompas.com, 2020). Dengan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, bagaimana implementasi strategi bertahan dan berkembang wisata kuliner di era New Normal di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng, Bali, adalah pertanyaan yang dijawab dalam tulisan ini.

Penelitian dengan tema strategi bertahan dan berkembang wisata kuliner sekaligus di masa Covid-19 atau New Normal bisa dikatakan masih sangat langka. Ada beberapa penelitian yang mengkaji tema tersebut yang dilakukan peneliti terdahulu di antaranya adalah penelitian yang dilakukan Febby Chyntia dan Erda Fitriani (2021) dengan judul, "Strategi Bertahan Hidup Pedagang di Kawasan Wisata Pacu Jalur Era Pandemi Covid-19". Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus, pengumpulan data melalui observasi partisipasi, wawancara mendalam, dan studi dokumen, dan teknik analisis data Miles dan Huberman, para peneliti menyimpulkan bahwa strategi bertahan hidup pedagang di Kawasan Wisata Pacu Jalur melakukan strategi aktif, pasif, dan jaringan. Strategi aktif yaitu dengan berkeliling atau mencari tempat lain, dan menambah pekerjaan. Strategi pasif adalah dengan cara mengatur pengeluaran, berpandai-pandai dan berhemat dalam memenuhi kebutuhan pokok rumah tangga. Strategi jaringan yaitu dengan berhutang kepada kerabat dan memanfaatkan bantuan dari pemerintah seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT) (Chyntia & Fitriani, 2021).

Sucipto dan Dede Nurohman (2021) meneliti dengan judul "Strategi Bertahan Pelaku Usaha Wisata dalam Menghadapi Pandemi Covid-19". Dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, hasil penelitian menyebutkan bahwa strategi yang dilakukan Brond Waterpark antara lain: penerapan protokol kesehatan secara ketat dan serius, menjaga tempat wisata tetap bersih, strategi pemasaran secara digital, dan bekerja sama dengan beberapa pihak sekolah (Nurohman, 2021).

Magfiroh dan Arivatu Ni'mati Rahmatika (2021) meneliti dengan judul "Strategi Pengembangan Wisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Pada New Normal (Studi Kasus Di Agrowisata Bale Tani Jombang)", menyimpulkan bahwa strategi yang ditawarkan oleh Agrowisata Bale Tani untuk New Normal ini adalah keamanan dan kenyamanan pengunjung dengan penerapan protocol kesehatan yang memadai, seperti adanya cek poin, pengecekan suhu badan sebelum masuk area, mengatur tempat duduk, menyediakan hand sanitizer, menyiapkan standar sanitasi yang baik seperti kebersihan toilet yang selalu terjaga, sarana cuci tangan disetiap titik tertentu dan menerapkan selalu memakai masker ketika masuk ke area wisata dan membatasi pengunjung yang datang dari 100% menjadi 50% (Rahmatika, 2021).

I Wayan Suteja dan Sri Wahyuningsih (2019) meneliti dengan judul. "Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah". Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat banyak sekali potensi kuliner lokal yang dapat dikembangkan dalam menunjang pariwisata di kawasan ini. Beberapa kuliner lokal yang potensial tersebut adalah ayam taliwang, plecing kangkung, beberuk, bebalung, urap-urap, aneka ragam sate, dan juga masakan nusantara. Untuk strategi pengembangan, para peneliti menawarkan beberapa strategi: pertama Strategi SO (*Strength Opportunities*) dengan inventarisasi dan program-program yang menguatkan eksistensi kuliner lokal; kedua, strategi WO (*Weakness-Opportunity*), dengan meningkatkan kelemahan yang dimiliki menjadi peluang dengan cara melatih masyarakat agar mampu mengkemas potensi wisata kuliner dan mengisi peluang usaha pariwisata; ketiga, strategi ST (*Strength Threat*) dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkal ancaman dengan cara optimalisasi peran masyarakat dalam pelestarian dan meningkatkan militansi terhadap budaya lokal; dan keempat, strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan mengubah kelemahan untuk menangkal ancaman dengan cara memperbanyak wawasan masyarakat dan pelaku wisata kuliner sehingga mampu melestarikan kuliner lokal dalam bentuk produk bernilai ekonomi (Suteja, 2019).

Yayan Mulyana dan Yulianto (2018) meneliti dengan judul, "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Kalibawang Dan Samingaluh Kulonprogo Yogyakarta". Kedua peneliti menggunakan

metode penelitian yang bersifat deskriptif-kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, workshop, dan *focus group discussion* serta alat analisis SWOT. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pengembangan wisata kuliner di Kalibawang dan Samigaluh untuk makanan geblek dan minuman teh Nglingsgo untuk pengembangan dipengaruhi faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan faktor eksternal kelemahan (*weakness*) sehingga sangat diperlukan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan peningkatan sumber daya manusia dan sarana prasarana yang mendukung, terutama produk kuliner lokal. Selain itu, evaluasi internal dalam tubuh organisasi sebagai salah satu respon terhadap evaluasi eksternal oleh masyarakat juga perlu dilakukan. Masyarakat mengevaluasi terkait pengelolaan dan pemerintah mencoba untuk memperbaiki sistem yang ada agar lebih terbuka untuk publik dan dapat diakses masyarakat (Yulianto, 2018).

Endra Yuafanedi Arifianto, dkk. (2021) meneliti dengan judul, "Strategi Pengembangan Industri Wisata Era New Normal". Penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi tentang strategi pengembangan industri wisata di era New Normal. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, diskusi, brainstorming, dan pengisian kuisioner kepada responden. Dengan menggunakan pendekatan analisis Internal Faktor Evaluation (IFE), External Faktor Evaluation (EFE) dan Bisnis Model Canvas dalam menyusun strategi pengembangan industri yang tepat di era New Normal, hasil penelitian menunjukkan bahwa Matrik Internal-Eksternal memiliki skor nilai 3,0; 2,8 artinya berada di sel IV atau menggunakan strategi yang tumbuh dan membangun. Strategi tumbuh dan membangun dengan pendekatan penetrasi pasar dan pengembangan produk. Sedangkan BMC memberikan rekomendasi perbaikan sembilan elemen sesuai dengan kondisi di lapangan saat ini (Arifianto et al., 2021).

Berdasarkan kajian-kajian di atas, secara faktual bahwa selama pandemi berlangsung, sebagian besar usaha di bidang pariwisata mengalami dampak negatif yang sangat besar, baik sektor manajemen destinasinya maupun akomodasi penginapan dan sektor layanan akomodasi makanan. Uraian-uraian di atas menjadi bahan dasar bagi kajian ini bahwa sebagian besar dari strategi yang dilakukan di lokasi penelitian ada kemiripan, namun secara umum masih banyak perbedaan, baik secara lokus maupun tematis. Karena alasan itulah penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut dan dapat menemukan sesuatu yang baru terkait strategi bertahan wisata kuliner di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng.

Metode

Data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yang merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli dan sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian ini (Muhammad, 2008), berupa wawancara dengan dua informan yang memiliki wawasan mengenai anggur lokal di Desa Banjar yang terdiri dari petani anggur lokal dan kepala desa Desa Banjar. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan 10 masyarakat lokal. Sedangkan data sekunder di mana peneliti tidak mengumpulkan data secara langsung, tetapi diambil dari pihak lain (Nasution dan Usman, 2006), adalah berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum untuk mendukung penelitian.

Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka peneliti menggunakan istilah yang dikemukakan Spradley, yaitu "social situation" atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2017). Situasi sosial dalam penelitian ini mencakup semua orang yang berada di Desa Banjar. Sedangkan Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Secara teoritis, *purposive sampling* digunakan jika peneliti mempunyai *judgement* pribadi dalam memilih individu-individu yang disampel dan ia memandang bahwa individu tertentu saja yang dapat mewakili (*representative*) karena menurut pendapat peneliti. Individu-individu yang terpilih inilah yang mengetahui tentang populasinya (Suhardi, 2001). Dalam kajian ini, peneliti telah memilih nama-nama yang sudah diminta kepada stakeholder lokal, terkait siapa saja yang akan dimintai keterangan melalui wawancara. Namun setelah melakukan pendekatan dan identifikasi berdasarkan sumber daya manusia informan, maka peneliti menetapkan sampel 12 orang saja yang dianggap mewakili dari berbagai nara sumber yang ada. Mereka dianggap telah mewakili berbagai macam posisi dan karakteristik dalam masyarakat Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng.

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan 3 metode: Pertama. Observasi partisipatif, yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana observer atau peneliti benar-benar terlibat dalam kesehariannya responden (Noor, 2015). Artinya peneliti melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh gambaran mengenai produk wisata kuliner. Dalam melakukan observasi partisipatif, peneliti mengamati tempat, aktor, aktivitas, ruang, waktu, tujuan, dan emosi yang dirasakan dan diekspresikan oleh orang-orang di wisata kuliner.

Kedua. Wawancara mendalam, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Noor, 2015). Wawancara mendalam dalam penelitian ini berupa tanya jawab terstruktur dengan dua informan yang memiliki wawasan mengenai anggur lokal di Desa Banjar yang terdiri dari petani anggur lokal dan kepala desa Desa Banjar. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan 10 masyarakat lokal.

Ketiga. Studi Dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan menggunakan dokumen yang berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti mencari data yang valid dengan menggunakan triangulasi data yang meliputi triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik merupakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama (Sugiyono, 2017). Triangulasi teknik dapat ditempuh dengan cara melakukan observasi partisipan di mana peneliti mengamati waiter dan waitress pada saat melakukan pekerjaannya dan mencatat data dari fenomena yang dianggap perlu dalam penelitian. Melakukan wawancara yang terstruktur yaitu memberikan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan melakukan dokumentasi atau pencatatan bukti yang berupa dokumen dan foto yang mendukung hasil penelitian adalah bagi dari triangulasi teknik. Sedangkan Triangulasi Sumber adalah mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2017). Triangulasi sumber peneliti tempuh dengan cara memilih narasumber. Narasumber tersebut adalah dua informan yang memiliki wawasan mengenai anggur lokal di Desa Banjar yang terdiri dari petani anggur lokal dan kepala desa Desa Banjar serta 10 masyarakat lokal. Dari 12 narasumber tersebut peneliti mengharapkan mendapatkan informasi yang sama sehingga data yang dikumpulkan dapat dikatakan valid.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis lapangan model Miles and Huberman. Aktivitas dalam analisis data ini yaitu, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion*) yang nantinya akan disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2017). Kerangka teori yang berguna untuk memberikan kerangka dasar teori yang menjadi landasan penelitian sehingga mampu menjawab persoalan secara teoritis dijelaskan di bawah ini:

3.1 Pengertian Implementasi

Implementasi dapat didefinisikan sebagai aktivitas atau usaha-usaha yang dilakukan untuk berbagai rencana dari kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan. Implementasi juga mengharuskan adanya alat-alat yang diperlukan, siapa yang melaksanakan, di mana tempat pelaksanaannya, kapan waktu pelaksanaannya, kapan waktu mulai dan berakhirnya dan bagaimana cara yang harus dilaksanakan. Kata implementasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *to implement* yang berarti mengimplementasikan. Implementasi adalah penyediaan sarana untuk melaksanakan sesuatu yang menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu. Sesuatu tersebut dilakukan untuk menimbulkan dampak atau akibat itu dapat berupa undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan peradilan dan kebijakan yang dibuat oleh lembaga-lembaga pemerintah dalam kehidupan kenegaraan. Pengertian implementasi, sebagaimana yang dikutip oleh Dewi Yuni Lestari, dkk, selain menurut Webster di atas, dijelaskan juga oleh Van Meter dan Van Horn dalam Wahab, bahwa implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu, pejabat, kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan (Lestari et al., 2020).

3.2 Definisi Strategi

Untuk mencapai keberhasilan suatu tujuan, strategi harus disusun. Kata strategi itu sendiri berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai (Budiono, 2019). Menurut Business Dictionary, sebagaimana yang dikutip oleh Eris Juliansyah, pengertian strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah. Strategi juga dapat dilihat sebagai seni dan ilmu perencanaan dan pemanfaatan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif (Juliansyah, 2017).

3.3 Konsep Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan (KBBI, 2014). Dan lebih dijelaskan lagi dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta, bahwa pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Hal ini bisa mencakup pikiran, pengetahuan, dan sebagainya (Sukiman, 2012). Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa pengembangan adalah suatu proses yang dipakai untuk mengembangkan dan memvalidasi suatu produk. Pengembangan dapat berupa proses, produk, dan rancangan.

Siagian, sebagaimana dikutip oleh Yosep Satrio Wicaksono, menyebutkan istilah pengembangan (*development*) berbeda pengertiannya dengan pelatihan (*training*). Pengertian ini menekankan bahwa pengembangan merupakan suatu proses pendidikan jangka panjang bagi para karyawan manajerial untuk memperoleh penguasaan konsep-konsep abstrak dan teoritis secara sistematis. Sedangkan pelatihan adalah suatu proses pendidikan jangka pendek bagi para karyawan operasional untuk memperoleh keterampilan teknis operasional secara sistematis. Dengan kata lain, dalam pengembangan diperlukan banyak *conceptual skills* daripada *technical skills* sedangkan dalam pelatihan lebih diperlukan *technical skills* daripada *conceptual skills*. Pelatihan tidak hanya membawa pengaruh bagi peningkatan efisiensi dan efektifitas kerja, namun pelatihan yang dilaksanakan perusahaan diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan semangat kerja karyawan (Meningkatkan et al., 2016).

3.4 Wisata Kuliner

Wolf dalam Suriani (2009:12) menjelaskan wisata kuliner adalah: "*culinary tourism is not prentious for exclusive. Its includes any unique and memorable gastronomic experience, not just restaurant rate four star or better and include both food and all type of beverages*" (Margi et al., 2013). Pernyataan tersebut dapat dimaknai bahwa wisata kuliner bukan hal yang mewah dan eksklusif, dan wisata kuliner menekankan pada pengalaman bukan pada kemewahan dari restoran maupun kelengkapan jenis makanan atau minuman yang tersedia (Saeroji & Wijaya, 2017).

Kata Kuliner berasal dari bahasa Inggris "*culinary*" *Culinary* diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Masakan tersebut dapat berupa lauk-pauk, makanan dan minuman. Kata kuliner menjadi luas di Indonesia akibat dari pemberitaan media massa dan televisi yaitu acara-acara wisata. Sehingga kuliner merupakan segala sesuatu yang berkaitan atau berhubungan dengan dunia memasak. Wisata kuliner tidak bisa terlepas dari bisnis kuliner. Bisnis kuliner adalah aktivitas memproduksi masakan, baik berupa lauk pauk, panganan maupun minuman yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (Sukma, 2021).

Secara historis, kuliner dapat ditelusuri kembali pada era 1800-an ketika sekolah memasak pertama di Boston sedang mengajar seni memasak Amerika untuk mempersiapkan para siswa menyampaikan pengetahuan mereka kepada orang lain. Buku masakan pertama yang bernah diterbitkan ditulis oleh Merrit Fannie Farmer pada tahun 1896, yang juga menghadirkan sekolah memasak di Bostom. Perkembangan dalam sejarah seni kuliner selanjutnya diambil melalui televisi pada tahun 1946 oleh James Beard yang mengadakan kelas memasak reguler di Amerika. Sedangkan masakan Perancis dibawa ke kehidupan di Masyarakat Amerika oleh Julia Child di tahun 1960-1n melalui siaran dapur nasional di radio. Sekolah kuliner pertama yang menyediakan kursus karis berbasis seni memasak adalah Culinary Institute of Amerika (CIA). Lokasi pertama berada di kampus Yale University di Connecticut, yang kemudian pada tahun 1972 pindah ke New York. Sebelum CIA didirikan terdapat metode pembelajaran yaitu kursus tradisional di Eropa bagi mereka yang menginginkan karir dalam seni kuliner (Chol, J., & Shadily, 2000).

3.5 Pandemi Covid-19 dan New Normal

Kementerian Kesehatan RI (2020) menyatakan, coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/*Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Coronavirus jenis baru yang menjadi wabah saat ini diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-19* (COVID-19). Tanggal 11 Maret 2020 Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa wabah virus corona Covid-19 secara resmi telah mencapai tingkat pandemi. Untuk menghentikan mata rantai penularan virus corona sambil tetap berupaya untuk menggerakkan ekonomi, dunia menerapkan tatanan kehidupan baru, yaitu menjaga kehidupan tetap produktif namun aman dari wabah Covid- 19 ini. Tatanan, kebiasaan dan perilaku yang baru berbasis pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat inilah yang kemudian disebut sebagai new normal. Konsep new normal adalah kebijakan membuka kembali aktivitas ekonomi,

sosial dan kegiatan publik secara terbatas dengan menggunakan standar kesehatan yang belum pernah ada sebelum pandemi (Sukma, 2021).

3.6 Indikator New Normal Saat Pandemi Corona

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN)/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), Suharso Monoarfa, menyampaikan beberapa indikator dari *World Health Organization* (WHO) dalam rangka skenario new normal di tengah pandemi corona. Pertama, tidak menambah penularan atau memperluas penularan atau semaksimalnya mengurangi penularan; kedua, menggunakan indikator sistem kesehatan yakni seberapa tinggi adaptasi dan kapasitas dari sistem kesehatan bisa merespons untuk pelayanan Covid-19; dan ketiga, 3. Surveilans yakni cara menguji seseorang atau sekelompok kerumunan apakah dia berpotensi memiliki Covid-19 atau tidak sehingga dilakukan tes masif (Videlia, 2020).

Untuk bisnis wisata kuliner seperti kedai, rumah makan, restoran, cafe dan sebagainya, diharuskan menerapkan protokol new normal. Standar baru pelayanan kuliner itu tidak hanya ditujukan untuk konsumen, tetapi juga dilakukan oleh internal pelayanan dan berlaku sejak kedatangan konsumen, proses penyajian hidangan sampai meninggalkan lokasi kuliner. Mengecek suhu tubuh pengunjung sebelum masuk, menggunakan masker, *face shield* dan sarung tangan latex, memasang sekat kaca di setiap meja, meningkatkan sistem kebersihan restoran, hingga menerapkan konsep social distancing dengan membatasi jumlah tamu adalah hal-hal yang wajib dilaksanakan oleh industri wisata kuliner.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Potret Wisata Kuliner di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng, Bali

Upaya membangun strategi bertahan dan berkembang buah lokal bali menjadi produk wisata yang berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan nilai ekonomis buah anggur. Sementara itu, nilai ekonomis buah anggur lokal di Desa Banjar dapat disimpulkan bahwa lahan yang ada di Desa banjar 80% tanah kering sehingga cocok ditanami tumbuhan hortikultural salah satunya adalah tanaman anggur. Variabel-variabel yang melatarbelakangi nilai ekonomis buah anggur lokal yaitu: *Pertama*. Variabel jumlah produksi, yang menunjukkan bahwa tingkat produksi buah anggur yang dihasilkan oleh petani selalu meningkat. *Kedua*. Variabel kualitas tanaman anggur, yang menunjukkan bahwa kualitas tanaman anggur ditentukan dari bagaimana proses pengolahan tanaman anggur itu sendiri. *Ketiga*. Variabel luas tanah, yang menunjukkan bahwa semakin luas lahan yang dimiliki semakin tinggi biaya perawatan serta biaya yang dikeluarkan dalam produksi. *Keempat*. Variabel risiko produksi, yang menunjukkan bahwa keadaan cuaca sangat mempengaruhi produksi anggur yang dihasilkan. Dan *kelima*, variabel tenaga kerja, yang menunjukkan bahwa dengan adanya tenaga kerja yang terampil dapat memperlancar proses panen buah anggur.

Berdasarkan analisis SWOT, dapat diketahui bahwa pengolahan produk anggur lokal sebagai upaya meningkatkan nilai ekonomis buah anggur lokal saat ini berada pada kuadran 4 yaitu kuadran *combination* di mana strategi umum yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki sebesar-besarnya atau semaksimal mungkin untuk menghindari ancaman yang akan terjadi. Adapun beberapa produk olahan tanaman anggur yaitu: (1) Wine Home Industri (2) Keripik Daun Anggur (3) Teh Kulit Anggur. Secara singkat, cara pengolahan tanaman anggur menjadi produk wisata kuliner/daya tarik wisata kuliner yang berkelanjutan adalah sebagai berikut:

a. Wine Home Industry

Wine merupakan minuman yang berasal dari daerah Mesopotamia yang kemudian menyebar ke berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia. Wine dibuat melalui fermentasi gula yang ada di dalam buah anggur yang kemudian akan dirubah menjadi alkohol. Adapun *wine* yang dibuat di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng adalah merupakan jenis wine yang dibuat dengan proses yang sederhana dan bisa dilakukan secara manual. Tahap pertama dalam pembuatan wine adalah memisahkan buah anggur yang sudah matang dengan tangkai dan memastikan tidak ada kotoran. Setelah itu anggur dicuci dengan bersih pada air yang mengalir dan dipastikan bahwa anggur tersebut dalam keadaan yang bersih. Tahap kedua menyiapkan bahan yang digunakan, yakni dengan perbandingan 10:2:1 yang terdiri dari 12 kg anggur, 2 kg gula dan 33 kg ragi. Tahap ketiga menghaluskan buah anggur dengan mencampurkan ragi serta gula ke dalam blender lalu dimasukkan jus anggur ke dalam galon yang sudah disiapkan, setelah jus dimasukkan tutup rapat menggunakan airlock dan jangan lupa masukkan sedikit air pada *airlock*. Tunggu hingga ragi bereaksi kemudian simpan hingga 7 sampai 10 hari dan dilanjutkan dengan proses pembotolan dan pengemasan (Sudjana, wawancara: 2022).

b. Keripik Daun Anggur

Keripik adalah makanan ringan yang tergolong jenis makanan *cracker* yaitu makanan yang mempunyai tekstur yang renyah dan bersifat kering serta memiliki kandungan lemak yang tinggi. Untuk menghasilkan rasa yang gurih dan renyah biasanya dicampurkan dengan adonan tepung yang diberikan bumbu rempah tertentu. Dalam penelitian ini keripik yang akan dibuat berbahan dasar daun anggur yang dicampurkan dengan adonan tepung serta bumbu rempah-rempah. Adapun proses pembuatan kripik daun anggur yang ada di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng, sebagaimana pengakuan Effendi (2022), adalah sebagai berikut: Langkahnya adalah berikut, bersihkan daun anggur dengan air mengalir, kemudian ditiriskan, Selanjutnya, daun anggur yang sudah bersih dicampur bersamaan dengan beberapa bahan tambahan lainnya seperti tepung beras, tepung tapioka, garam, telur, bawang putih, ketumbar, kencur, daun jeruk, kemiri, penyedap rasa dan air dalam satu wadah kemudian diaduk rata. Selanjutnya, setelah adonan jadi siapkan wajan lalu tuangkan minyak goreng biarkan hingga panas dengan api sedang, Kemudian setelah minyak sudah panas masukkan daun anggur yang sudah tecampur dengan adonan ke dalam wajan secara perlahan. Setelah itu, adonan itu goreng hingga kecoklatan agar tekstur yang dihasilkan renyah serta memiliki bentuk yang menarik. Proses terakhir, setelah rempeyek daun anggur matang lalu tiriskan dan dikemas dengan menggunakan plastik *standing pouch* (Effendi, wawancara: 2022).

c. Teh Daun Anggur

Teh herbal merupakan salah satu produk minuman campuran antara teh dan tanaman herbal yang memiliki khasiat mengobati suatu penyakit atau sebagai penyegar tubuh. Teh herbal dapat dikonsumsi sebagai minuman sehat yang praktis tanpa mengganggu rutinitas sehari-hari dengan tetap menjaga kesehatan tubuh. Salah satu buah yang dapat diolah menjadi teh herbal yaitu buah anggur. Dalam penelitian ini peneliti memanfaatkan kulit anggur untuk diolah menjadi produk yang diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomis dari komoditas anggur. Adapun langkahnya adalah sebagai berikut, pertama memilih buah anggur yang bagus lalu mengupas kulitnya, kemudian dilanjutkan proses pengeringan dilakukan dengan cara dihamparkan di atas kertas bersih. Kulit anggur kemudian dikeringkan di terik sinar matahari langsung kurang lebih 4 jam. Setelah kulit anggur telah benar-benar kering, langsung disimpan untuk penggunaan. Kemudian siapkan semua bahan untuk membuat teh herbal seperti, teh hitam, dan kulit anggur keringnya. Panaskan air hingga suhu 80°C, didihkan air lalu matikan api dan biarkan air hingga pada suhu 80°C. Masukkan campuran teh herbal yang berisi kulit anggur dan daun teh hijau ke dalam gelas cangkir kecil. Lalu tuang air panas pada campuran teh herbal, aduk dan diamkan selama 3-5 menit. Langkah berikutnya adalah saring teh herbal ke dalam cangkir teh yang sudah disediakan, dan kemudian teh herbal siap disajikan sebagai minuman peneman diwaktu santai (Kusdaryana, wawancara: 2022).

4.2 Implementasi Strategi Bertahan dan Berkembang

Setiap pelaku usaha tentu menginginkan usahanya sukses dan tetap *survive* di tengah pandemi corona ini. Oleh karena itu, upaya-upaya harus dilakukan agar bisnis tetap bertahan meskipun dilanda pandemi. Tidak bisa dipungkiri bahwa para pelaku usaha di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, termasuk wisata kuliner, didorong untuk dapat cepat beradaptasi di masa normal baru. Tentunya semua kegiatan harus berpedoman pada protokol kesehatan. Ini perlu dilakukan agar wisata kuliner di Desa Banjar bisa bertahan dan berkembang.

Berbagai macam upaya yang dilakukan dalam mengembangkan wisata kuliner Desa Banjar dapat diketahui berdasarkan wawancara antara peneliti dengan informan. Upaya membangun strategi bertahan wisata Kuliner di Desa Banjar di era pandemi ini didasarkan pada prinsip *Economically Viable*. Upaya tersebut ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Banjar. Sedangkan *Social Acceptable* berupa menjalin keadilan social dan persahabatan antar sesama. Sementara itu, *Environmentally Sustainable* adalah upaya memperhatikan kelestarian lingkungan dan kebersinambungan. Upaya-upaya tersebut antara lain:

Pertama, mengadakan sosialisasi program standarisasi protokol kesehatan. Komponen protokol kesehatan tersebut tentunya adalah komponen yang sudah terstandarisasi nasional. Standar tersebut dirangkum di dalam satu program yang bernama program CHSE (*Clean, Health, Safety and Environment*). Sasaran dari program ini adalah seluruh pelaku usaha pariwisata yang terdiri dari kelompok sadar wisata kuliner dan pengelola wisata kuliner di Desa Banjar. Ruang lingkup dari CHSE mencakup: Kebersihan, sebagai komponen pertama, yang terdiri atas: 1) Mencuci tangan memakai sabun/*handsanitizer*; 2) Ketersediaan sarana cuci tangan pakai sabun; 3) Disinfeksi mandiri; 4) Bebas Vektor dan binatang pembawa penyakit; 5) Pembersihan dan kelengkapan toilet bersih; dan 6) Tempat sampah bersih.

Komponen kedua adalah Kesehatan yang terdiri atas: 1) Pengaturan jarak aman; 2) Tidak menyentuh bagian wajah, mata, hidung; 3) Pemeriksaan suhu tubuh; 4) Penyediaan APD ketika diperlukan; 5) Menerapkan etika makan dan minum; 6) Perlengkapan kesehatan sederhana; 7) Ruang publik dengan sirkulasi udara yang baik; dan 8) Penanganan pengunjung dengan gangguan kesehatan.

Komponen ketiga adalah Keselamatan yang terdiri atas: 1) Prosedur penyelamatan diri dari bencana; 2) Ketersediaan kotak P3K; 3) Ketersediaan alat pemadam kebakaran; 4) Ketersediaan titik kumpul dan jalur evakuasi; 5) Memastikan alat elektronik dalam kondisi mati ketika meninggalkan ruangan; dan 6) Media dan mekanisme komunikasi penanganan kondisi darurat

Dan komponen yang keempat adalah Lingkungan, yang terdiri atas: 1) Penggunaan perlengkapan dan bahan ramah lingkungan; 2) Pemanfaatan air dan sumber energy secara efisien, sehat demi menjaga keseimbangan ekosistem; 3) Pengolahan sampah dan limbah cair dilakukan secara tuntas, sehat, dan ramah lingkungan; 4) Kondisi lingkungan sekitar asri dan nyaman; dan 5) Pemantauan dan evaluasi penerapan panduan dan SOP pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan. Setelah proses sosialisasi ini selesai, dilakukan proses penilaian terhadap kriteria standar CHSE tersebut. *Kedua*, pengembangan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan kelembagaan. Berdasarkan informasi yang peneliti terima dari informan, bahwa masih kurangnya agenda pariwisata yang bisa dilakukan untuk pengembangan kapasitas SDM dan kelembagaan pengelola wisata. Untuk mengatasi masalah ini, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dapat diwujudkan dengan rangkaian pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Bali. Strategi ini diselenggarakan untuk kesiapan kapasitas SDM dan Kelembagaan jika arus kedatangan wisatawan telah meningkat kembali. Selain itu, strategi yang ditawarkan oleh Desika Nur Janna, dkk, untuk mengembangkan potensi wisata kuliner situasi Covid-19 juga bisa diadopsi untuk strategi pengembangan wisata kuliner di Desa Banjar di Era Normal (Jannah, 2020). Strategi tersebut adalah:

Pertama, strategi dengan membuat buku panduan wisata kuliner yang lengkap dan menarik. Kedua, memanfaatkan media sosial sebagai bagian media untuk promosi seperti Instagram, Facebook. Promosi online sebagai bentuk pemasaran, menurut Zainal, wisata kuliner begitu populer bagi konsumen di saat ini karena: (1) kenyamanan serta keamanan konsumen dapat memesan produk selama 24 jam. Dimudahkan dengan tidak perlu mengemudi, mencari tempat, atau berjalan di gang yang panjang untuk mendapatkan barang. Mereka tidak harus pergi ke tempat, hanya untuk mengetahui bahwa produk yang mereka cari telah habis; dan (2) mendapatkan informasi tentang penjual, produk, dan testimonial tanpa meninggalkan kantor atau rumah. Sehingga lebih selektif dalam hal harga, kualitas, performa dan ketersediaan. Namun tidak semua wisatawan mampu mengakses atau menggunakan media sosial sehingga penulis membuat buku panduan wisata yang dapat dipergunakan untuk semua kalangan termasuk orang-orang yang sudah lanjut usia dan tidak memahami media sosial. Ketiga, strategi memberikan pelayanan ekstra bagi wisatawan yang akan berkunjung dengan menyuguhkan wisata kuliner dengan cita rasa yang tidak pernah berubah dan hanya ada di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali (Firdaus, Mirza Ananda, Afifuddin, 2020). Di samping itu, strategi pengembangan produk wisata kuliner dapat ditempuh melalui. Pertama, pelatihan pengolahan produk kuliner anggur lokal yang sehat dan tahan lama menjadi wine *home industry*, keripik daun anggur, dan teh kulit anggur. Kedua, pendampingan pengembangan produk agar siap dalam pengemasan dan promosi iklan.

Simpulan dan Saran

Dari pembahasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa pandemi Covid-19 telah melumpuhkan perekonomian masyarakat Desa Banjar yang bertumpu pada sektor pariwisata. Ini tidak lain karena imbas dari lumpuhnya pariwisata di Bali secara keseluruhan, yang berdampak pada sektor kuliner yang menjadi pelengkap industri pariwisata. Meskipun demikian, bisnis wisata kuliner di sana masih sedikit berjalan karena yang dijual adalah kebutuhan pokok makanan keseharian. Dengan demikian, salah satu bisnis turunan dari pariwisata yang dapat menjadi alternatif pemasukan bagi masyarakat di tengah pandemi adalah bisnis kuliner, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan primer manusia. Adapun saran yang dapat dilakukan agar industri kuliner dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah pandemi adalah sebagai berikut: *Pertama*, mengadakan sosialisasi program standarisasi protokol kesehatan seperti program CHSE (*Clean, Health, Safety and Environment*); *Kedua*, peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan profesionalitas kelembagaan industri kuliner; *Ketiga*, pembuatan buku panduan wisata kuliner yang lengkap dan menarik; *Keempat*, pemanfaatan media sosial untuk promosi; *Kelima*, pemberian pelayanan ekstra bagi wisatawan yang akan berkunjung dengan menyuguhkan wisata kuliner dengan cita rasa yang tidak ada di Desa Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng; *Keenam*, pelatihan pengolahan produk kuliner anggur lokal yang sehat dan tahan lama menjadi

olahan lain; dan *Ketujuh*, pendampingan pengembangan produk agar siap dalam pengemasan dan promosi iklan.

Ucapan Terimakasih

Penulis menghaturkan terimakasih kepada Rektor, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional yang telah memberikan masukan dan saran terhadap penulisan artikel ini. Penulis juga mengucapkan kepada reviewer yang telah memberikan masukan sehingga artikel ini dapat lebih sempurna

Daftar Rujukan

- Arifianto, E. Y., Susenohaji, Dinanti, D., Damaris, D. (2021). Strategi pengembangan industri wisata era new normal. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis 2021*.
- BadanStatistik. (2016). Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Bal. [//bali.bps.go.id/subject/54/perkebunan.html](http://bali.bps.go.id/subject/54/perkebunan.html)
- Budio, S. (2019). Strategi manajemen sekolah. *Jurnal Menata*, 2(2), Juli-Desember.
- Chol, J., & Shadily, H. (2000). *Kamus Inggris-Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Chyntia, F., & Fitriani, E. (2021). Strategi bertahan hidup pedagang di kawasan wisata Pacu Jalur era pandemi covid-19. 2(4), 142–150.
- Firdaus, Mirza Ananda, Afifuddin, A. Z. A. (2020). Implementasi revitalisasi kawasan alun-alun Kabupaten Gresik. *Jurnal Respon Publik ISSN: 2302-8432*, 14(4), 8–15.
- Jannah, D. N. (2020). Pengembangan potensi wisata kuliner situasi covid-19 Simpang Lima Kota Semarang. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), Juni.
- Juliansyah, E. (2017). Strategi pengembangan sumber daya perusahaan. *Ekonomak*, 3(2), 19–37.
- Kompas.com. (2020). 4 prediksi perubahan bisnis kuliner di era new normal. <https://travel.kompas.com/read/2020/05/31/070300627/4-prediksi-perubahan-bisnis-kuliner-di-era-new-normal?page=all>
- Lestari, D. Y., Kusnandar, I., Muhafidin, D. (2020). Pengaruh implementasi kebijakan terhadap transparansi pengadaan barang / jasa pemerintah. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* vol 7, No 1, 180–193.
- Margi, I. K., Panti, R., Ni, A., Ary, M., Ni, W., & Suriani, M. (2013). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal Di Kabupaten Buleleng, Bali. 2(2), 257–264.
- Mastronardi, L., Giaccio, V., Giannelli, A., & Scardera, A. (2015). Is agritourism eco-friendly? A comparison between agritourisms and other farms in italy using farm accountancy data network dataset. *SpringerPlus*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s40064-015-1353-4>
- Meningkatkan, R., Kerja, S., & Kinerja, D. A. N. (2016). Pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan semangat kerja dan kinerja karyawan (Studi di SKM Unit V PT. Gudang Garam, Tbk Kediri) Yosep Satrio Wicaksono. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 31–39.
- Muhammad. (2008). *Metodologi penelitian ekonomi Islam: Pendekatan kuantitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Noor, J. (2015). *Metodologi penelitian (ke-5)*. Prenadamedia Group.
- Nurohman, S. dan D. (2021). Strategi bertahan pelaku usaha wisata dalam menghadapi pandemi covid-19. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 299–321.
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan potensi wisata kuliner kota Malang berbasis sumber daya lokal. 2(01), 1–13.
- Rahmatika, M. dan A. N. (2021). Strategi pengembangan wisata guna meningkatkan perekonomian masyarakat pada new normal (Studi kasus Di Agrowisata Bale Tani Jombang. *Youth & Islamic Economic Journal*, 02(01).
- Saeroji, A., & Wijaya, D. A. D. I. (2017). Pemetaan wisata kuliner khas Kota Surakarta. 1(1), 13–27.
- Sugiyono. (2017). *Memahami penelitian kualitatif* (9th ed.). Alfabeta Bandung.
- Suhardi, S. (2001). *Pengantar metodologi penelitian. Cetakan Kedua*. BPFE UST.
- Sukiman. (2012). *Pengembangan media pembelajaran*. PT. Pustaka Insan Madani.
- Sukma, E. dan T. (2021). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63.
- Suteja, I. W. dan S. W. (2019). Strategi pengembangan potensi kuliner lokal dalam menunjang kegiatan pariwisata di kawasan ekonomi khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Binawakya*, 14(2),

2035–2042.

Videlia, P. D. (2020). *Apa itu new normal dan bagaimana penerapannya saat pandemi corona?* <https://tirto.id/fCSg>

Yulianto, Y. M. dan. (2018). Strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di Kalibawang dan Samingaluh Kulonprogo Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 1–10.

Daftar Informan:

I Made Sudjana, Rektor Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional. Wawancara dilaksanakan pada hari Selasa 8 Juni 2021.

I Nyoman Krisna Effendi, Chef di salah satu restaurant di Denpasar. Wawancara dilaksanakan pada hari Kamis 24 Juni 2021.

I Made Kusdaryana, Bartender di salah satu kafe di Denpasar. Wawancara dilaksanakan pada hari Rabu 7 Juli 2021.