

STRATEGI MENJADIKAN RUMPUT LAUT SEBAGAI BRANDING KULINER DI PANTAI PANDAWA, DESA KUTUH, KABUPATEN BADUNG

Oleh Ni Nyoman Sri Aryanti dan I Nyoman Tri Sutaguna

Email: sriaryanti@yahoo.com

ABSTRAK

Sebelum dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata Pantai Pandawa merupakan salah satu sentra penghasil rumput laut yang ada di Bali. Tersedianya bahan baku rumput laut yang dibudidayakan oleh masyarakat setempat di kawasan pantai pandawa tersebut merupakan potensi yang sangat potensial untuk mengembangkan wisata kuliner. Menghadirkan sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut di pantai pandawa tentu akan memberikan keunikan dan kesan tersendiri bagi pengunjung di Pantai Pandawa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung pantai Pandawa terhadap sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut dan juga strategi yang dapat dilakukan untuk dapat menjadikan sajian rumput laut menjadi branding kuliner di pantai pandawa. Kajian-kajian dan teori tentang kuliner, gastronomi dan juga branding akan digunakan sebagai landasan untuk membahas permasalahan yang akan diteliti. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang didukung dengan data kuantitatif sehingga dapat memberikan gambaran tentang permasalahan yang akan dibahas.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengunjung pantai pandawa menyukai sajian berbahan dasar rumput laut dan sangat ingin menikmati sajian kuliner ini saat berkunjung ke pantai pandawa. Sajian berbahan rumput laut yang sangat ingin dinikmati pertama adalah keripik rumput laut, agar-agar kemudian es/jus rumput laut. Harga yang bersedia dibayar mayoritas pada kisaran harga 10-25 ribu rupiah per porsi sajian berbahan dasar rumput laut. Strategi untuk menjadikan sajian kuliner berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner yaitu melakukan analisis pasar salah satunya mengetahui persepsi pengunjung terhadap sajian kuliner ini, menetapkan image atau branding yang diharapkan dari sajian kuliner ini, memperkenalkan dan menyebarluaskan informasi tentang sajian berbahan dasar rumput laut ini dan mengimplementasikan branding ini dengan melakukan kerjasama antar pihak-pihak yang terkait.

Kata kunci : strategi, branding, dan kuliner

I. PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki berbagai atraksi wisata yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir dan pada akhir tahun 2014 telah mencapai 3.7 juta wisatawan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pembangunan pariwisata telah memberikan dampak positif pada masyarakat Bali setidaknya dari sudut ekonomi. Penghasil devisa bagi Negara, Peningkatan pendapatan daerah, dan tersedianya lapangan pekerjaan merupakan contoh dampak positif dari segi ekonomi. Hal ini mengakibatkan daerah-daerah yang memiliki potensi dan daya tarik wisata berlomba-lomba melakukan pembangunan disektor pariwisata guna dapat meraih keuntungan ekonomi yang pada akhirnya juga memunculkan persaingan baik pada industry pariwisata maupun bagi daerah

tujuan wisata dengan daerah tujuan wisata lainnya.

Persaingan yang muncul di daerah tujuan wisata menjadikan sumber budaya lokal yang memiliki kekhasan tersendiri menjadi sangat penting untuk ditonjolkan sehingga dapat menjadi penciri suatu daerah tujuan wisata dengan daerah tujuan wisata lainnya. Tidak terkecuali dengan budaya kuliner lokal yang merupakan bagian dari budaya masyarakat.

Kuliner baik yang berupa makanan maupun minuman merupakan kebutuhan dasar umat manusia yang tidak dapat terlepas dari kegiatan apapun termasuk dalam berwisata. Pentingnya posisi kuliner dalam dunia pariwisata tidak saja hanya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, namun kuliner khas suatu daerah juga dapat menjadi *branding* daerah tersebut. Sebagai contoh Pantai Jimbaran yang identik dengan ikan bakar atau *sea food*, sajian babi guling dan ayam betutu dari kota Gianyar dan Ubud, sate lungan yang identik dengan Pantai Lebih Gianyar, Siobak sebagai sajian khas

dari daerah Buleleng, dan daerah Kintamani yang terkenal dengan ikan mujairnya.

Pantai pandawa merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang baru diresmikan pada tahun 20012 yang terletak di desa Kutuh, kabupaten Badung. Sebagai daerah tujuan wisata Pantai Pandawa menawarkan atraksi wisata pantai dengan beberapa kegiatan wisata tirta sama halnya seperti daerah-daerah tujuan wisata pantai di sekitarnya seperti Nusa Dua, Tanjung Benoa, Jimbaran ataupun Pecatu. Mengingat banyaknya daya tarik wisata pantai yang dekat dengan Pantai Pandawa, menjadi penting bagi daerah tujuan wisata Pantai Pandawa untuk memiliki keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh daerah tujuan wisata pantai lainnya.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menciptakan keunikan atau kekhasan Pantai Pandawa adalah melalui sajian atau wisata kuliner yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Sebelum dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata, Pantai Pandawa merupakan salah satu sentra penghasil rumput laut yang ada di Bali. Sebagian besar penduduknya merupakan petani rumput laut yang hingga kini masih dilakoni meskipun beberapa diantaranya telah beralih profesi sejak dibukanya Pantai Pandawa sebagai daerah tujuan wisata. Tersedianya bahan baku rumput laut yang dibudidayakan oleh masyarakat setempat di kawasan pantai pandawa tersebut merupakan potensi yang sangat potensial untuk mengembangkan wisata kuliner sehingga akan memberikan nilai tambah pada citra pantai pandawa sebagai daerah tujuan wisata dan juga bagi masyarakat di wilayah tersebut khususnya para petani rumput laut.

Menghadirkan sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut di pantai pandawa tentu akan dapat memberikan kesan yang lebih bagi pengunjung Pantai Pandawa, tidak hanya terkesan dengan keindahan pantainya namun juga kuliner yang dapat dinikmati di pantai tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas menarik untuk diteliti bagaimana persepsi pengunjung Pantai Pandawa terhadap sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut serta bagaimana strategi yang dapat dilakukan untuk menjadikan sajian yang berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner pantai Pandawa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pariwisata khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan tentang branding destinasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi peneliti di masa

datang khususnya dibidang branding destinasi.

Dengan mengetahui strategi branding kuliner di Pantai Pandawa Desa Kutuh diharapkan nantinya dapat dijadikan masukan dan bahan evaluasi baik bagi pemerintah maupun pihak-pihak yang berkepentingan untuk menyusun program-program pembangunan yang berkaitan dengan branding sebuah destinasi sehingga akan terwujud pembangunan yang berkelanjutan serta memberikan kesejahteraan yang merata bagi masyarakat.

Bagi daerah-daerah pesisir lainnya yang ingin mengembangkan pembangunan pariwisata di daerahnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi di dalam merencanakan pembangunan pariwisata guna mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Pantai Pandawa, Desa Kutuh, Kabupaten Badung. Dipilihnya lokasi ini karena di pantai Pandawa ini merupakan ladang rumput laut masyarakat setempat yang hingga saat ini masih berproduksi. Meskipun menjadi salah satu penghasil rumput laut namun olahan rumput laut belum menjadi kuliner yang dapat dinikmati oleh pengunjung Pantai Pandawa.

2.2. Rancangan Penelitian dan Identifikasi Variabel

Strategi menjadikan rumput laut sebagai branding kuliner di Pantai Pandawa akan dianalisis dengan berpedoman pada teori destination branding dimana disebutkan terdapat lima tahapan dalam melakukan destination branding yang sekaligus menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. *Market investigation, analysis and strategic recommendations* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usaha untuk menganalisis kondisi pasar dalam hal ini adalah pengunjung Pantai Pandawa sehingga pada tahap ini akan disebarkan kuesioner untuk mengetahui persepsi pengunjung pantai pandawa sebagai konsumen terhadap sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut.
2. *Brand identity development* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bentuk dari brand yang ingin diwujudkan di benak pengunjung sehingga pada tahap ini pengumpulan data akan difokuskan pada wawancara baik dengan masyarakat setempat maupun perangkat desa Kutuh, Kabupaten Badung sebagai pemangku kepentingan di Pantai

Pandawa.

3. *Brand launch and introduction* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan sajian berbahan dasar rumput laut yang akan menjadi brand / merek kuliner dari Pantai Pandawa.
4. *Brand implementation* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk mewujudkan rumput laut sebagai branding kuliner di Pantai Pandawa.

2.3. Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik (1) Observasi yaitu melaksanakan pengamatan langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai pembangunan pariwisata di Desa Kutuh khususnya di Pantai Pandawa yang dibantu dengan catatan kecil dan pemotretan, (2) Wawancara berstruktur dilakukan dengan menggunakan instrumen daftar pertanyaan atau kuesioner yang diberikan kepada pengunjung Pantai Pandawa dan juga dilakukan wawancara mendalam (*depth interview*) untuk mengetahui secara lebih rinci data primer yang dicari dan terakhir yaitu (3) Studi kepustakaan, data kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas buku, jurnal ilmiah, dokumen organisasi, berita atau liputan media massa, internet, dan lain-lain. Bahan-bahan pustaka tersebut diperoleh di berbagai lembaga dan instansi, baik lembaga formal pemerintah maupun lembaga non pemerintah.

Analisis kuantitatif akan digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari kuesioner sehingga dapat mendukung analisis kualitatif guna mendapatkan gambaran yang jelas tentang permasalahan yang dibahas.

Analisis kualitatif akan digunakan untuk mereduksi data data yang dikumpulkan, sehingga memperoleh gambaran tentang strategi branding kuliner Pantai Pandawa di desa Kutuh Kabupaten Badung

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Desa Kutuh merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Kuta selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali yang berbatasan langsung dengan Kelurahan Jimbaran di sebelah utara, Kelurahan benoa disisi sebelah timur Samudera Indonesia di bagian selatan dan Desa Ungasan di sebelah barat. Ketinggian Desa Kutuh berada pada rata-rata 180 meter diatas permukaan air laut.

Iklim Desa Kutuh merupakan iklim tropis dengan suhu minimum rata-rata 24° C dan maksimum 32°C, dimana musim kemarau umumnya sedikit lebih panjang dari musim hujan yang hanya 5 bulan setiap tahunnya dengan rata-rata curah hujan 1000 s/d 2000 mm pertahun.

Kurang lebih 5.000 Ha wilayah desa Kutuh bagian selatan merupakan wilayah pesisir yang berpasir Putih dari total luas wilayah desa 976.800 Ha yang merupakan wilayah yang berbukit-bukit.

Pantai Pandawa merupakan wilayah pesisir desa Kutuh yang dulunya disebut pantai melasti oleh masyarakat desa kutuh dan juga sempat dijuluki "secret beach" oleh para wisatawan asing yang berkunjung kesana sebelum berubah nama menjadi pantai Pandawa.

Sebelum diresmikan sebagai daerah tujuan wisata pada tahun 2012, pantai Pandawa merupakan salah satu sentra penghasil rumput laut. Pada tahun 2012 tercatat terdapat lima kelompok nelayan dan rumput laut yang ada di desa kutuh dan menyebar disepanjang pantai Pandawa . Namun seiring dengan semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke pantai Pandawa kegiatan kelompok nelayan dan petani rumput laut semakin berkurang. Menurut keterangan Bapak Waya Kasim data terakhir jumlah nelayan yang masih bertani rumput laut sekitar 12 orang saja.

Selain kelompok nelayan juga terdapat kelompok wanita tani (KWT) yang anggotanya merupakan para istri nelayan di Pantai Pandawa. Awal mulanya KWT dibentuk untuk mengakomodir kegiatan para ibu-ibu dalam mengolah hasil tangkapan serta rumput laut yang dihasilkan oleh kelompok nelayan sehingga memberikan nilai tambah terhadap hasil tangkapan maupun rumput laut yang dihasilkan. Seperti halnya kelompok nelayan yang ada di Pantai Pandawa, kelompok wanita tani ini pun mengalami hal yang sama karena kegiatan para ibu-ibu nelayan telah beralih profesi ke bidang pariwisata seperti pedagang dan tukang pijat bagi wisatawan.

Penataan pantai Pandawa terus dilakukan oleh Badan Pengelola Kawasan wisata Pantai Pandawa yang berada dibawah pemerintah Desa Kutuh kabupaten Badung. Gudang-gudang bekas penyimpanan hasil rumput laut yang tersebar di sepanjang pantai ditata kembali menjadi warung-warung yang menjual berbagai makanan dan minuman serta souvenir. Lapangan parkir serta pedestrian sepanjang pantai juga dibangun untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung saat datang menikmati pemandangan pantai pandawa.

Seiring bertambahnya jumlah pengunjung ke

pantai Pandawa, jumlah pedagang maupun penjual jasa di pantai pandawa juga semakin bertambah. Menurut bapak Wayan Kasim saat ini jumlah pedagang yang mencari nafkah dari kedatangan wisatawan di pantai pandawa mencapai 150 orang dimana 80 persennya merupakan bekas nelayan maupun petani rumput laut yang dulu beroperasi di pantai pandawa (wawancara tgl 15 september 2015).

3.2. Sajian Kuliner di Pantai Pandawa

Sebagai daerah tujuan wisata kehadiran pedagang makanan dan minuman merupakan salah satu sarana yang cukup penting mengingat makan dan minum merupakan kebutuhan dasar setiap manusia sehingga wisatawanpun membutuhkan makanan dan minuman saat berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Demikian pula halnya di Pantai pandawa, dari berbagai usaha dagang yang ada di sepanjang pantai pandawa, pedagang makanan dan minuman lebih mendominasi selain penjual baju dan souvenir.

Selain untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan akan makanan dan minuman, sajian kuliner di suatu daerah tujuan wisata juga dapat memberikan ciri khas tempat tersebut sehingga sajian kuliner dapat menjadi suatu motivasi bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah. Beberapa daerah tujuan wisata di Bali bahkan lebih dikenal karena sajian kulinernya yang khas seperti misalnya pantai Jimbaran yang terkenal karena sajian seafoodnya, daerah Gianyar dengan ayam betutu dan babi gulingnya ataupun pantai Lebih Gianyar yang terkenal sebagai sentra penjual sate ikan (languan).

Seiring dengan banyak kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara, penjual makanan dan minuman juga semakin bertambah jumlahnya. Namun jenis makanan dan minuman ataupun sajian kuliner yang dijual hampir mirip antara pedagang satu dengan lainnya seperti misalnya jagung bakar, es kelapa muda, mie, nasi goreng, ikan bakar, sandwich, kentang goreng dan bakso ayam atau sapi. Para pedagang makanan dan minuman di pantai pandawa lebih memilih menjual sajian kuliner yang praktis dan mudah baik dalam penyajian maupun pembuatannya.

Jika dikaitkan dengan sejarah dan latar belakang pantai pandawa yang merupakan sentra penghasil rumput laut dan juga desa nelayan sebelum menjadi daerah tujuan wisata, akan sangat ideal bila sajian kuliner yang dijual ataupun disediakan oleh pedagang di pantai pandawa dapat berbahan dasar rumput laut ataupun ikan sehingga dapat memberikan ciri khas dibandingkan dengan daerah tujuan wisata pantai lainnya. Selain itu ibu-ibu yang

sekarang menjadi pedagang makanan dan minuman merupakan anggota KWT yang pernah mendapat pelatihan dalam pengolahan rumput laut menjadi produk-produk makanan seperti kerupuk, keripik, sirop dan jus. Namun sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut justru tidak banyak dijual di pantai Pandawa. Menurut bapak Wayan Letera seorang pengurus pengelolaan pantai pandawa, hal ini disebabkan karena produk-produk berbahan dasar rumput laut yang dihasilkan oleh ibu-ibu KWT kalah bersaing dengan produk-produk berbahan dasar rumput laut dalam kemasan yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan besar, baik dari segi rasa maupun kemasan.

3.3. Persepsi Pengunjung Terhadap Sajian Kuliner Berbahan Dasar Rumput Laut

Untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut, kuesioner disebarakan kepada 100 orang pengunjung yang datang ke pantai pandawa. Pengunjung yang dijadikan sample / responden pada penelitian ini dipilih secara acak namun memiliki kemampuan untuk membaca dan menulis serta telah cukup dewasa untuk dapat memberikan pendapat.

Menjadikan sajian kuliner berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner di Pantai Pandawa perlu dibentuk melalui penyusunan strategi yang baik. Untuk dapat menjadikan rumput laut sebagai sajian kuliner yang khas perlu diketahui terlebih dahulu bagaimana persepsi pengunjung pantai Pandawa tentang sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut sehingga strategi untuk menjadikan sajian kuliner berbahan dasar rumput laut ini dapat dilakukan sesuai dengan persepsi dan harapan pengunjung pantai Pandawa. Persepsi responden pengunjung Pantai Pandawa terhadap beberapa pernyataan dapat dilihat pada table berikut :

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang pengunjung pantai Pandawa, 80 % menyatakan menyukai sajian makanan atau kuliner yang berbahan dasar rumput laut. Dari pilihan sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut 54 orang pengunjung lebih menyukai dalam bentuk keripik atau kerupuk rumput laut, 18 orang menyukai jus atau es rumput laut, 17 orang memilih olahan agar-agar atau pudding. Pilihan bentuk sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut yang meliputi agar-agar atau pudding, jus atau es, keripik atau kerupuk dan rujak ini di buat atau dipilih dengan pertimbangan sajian ini telah umum diketahui oleh masyarakat luas dan para pedagang yang sebagaian besar merupakan mantan anggota kelompok wanita tani juga mampu

Tabel Persepsi Pengunjung Terhadap Sajian Kuliner Berbahan Dasar Rumput Laut

No	Pernyataan	Jawaban Responden	Jumlah
1	Apakah menyukai sajian berbahan rumput laut sebelumnya ?	ya	80
		tidak	20
		Total	100
2	Sajian manakah yang paling disukai?	agar-agar / puding	17
		Jus / es rumput laut segar	18
		keripik / kerupuk rumput laut	54
		rujak rumput laut	9
		lainnya	2
		Total	100
3	Apakah ingin menikmati sajian kuliner rumput laut saat berkunjung ke Pantai Pandawa	ya	91
		tidak	9
		Total	100
4	Sajian rumput laut yang paling ingin dinikmati saat berkunjung ke Pantai Pandawa	agar-agar / puding	21
		Jus / es rumput laut segar	15
		keripik / kerupuk rumput laut	49
		rujak rumput laut	8
		lainnya	2
		tidak menjawab	5
Total	100		
5	Harga yang bersedia dibayarka untuk sajian berbahan dasar rumput laut	< 10.000,-	31
		10.000 - 25.000,-	44
		26.000 - 50.000,-	10
		51.000-75.000,-	7
		>75.000	3
tidak menjawab	5		
Total	100		
6	Apakah Ingin melihat pengolahan rumput laut menjadi sajian kuliner?	ya	75
		tidak	21
		tidak menjawab	4
		Total	100

(Sumber: Data olahan penelitian tahun 2015)

membuat sajian ini.

Sebagian besar pengunjung pantai pandawa juga sangat ingin menikmati sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut. Hal ini ditunjukkan oleh jawaban responden yang mencapai 91% ingin menikmati sajian tersebut. Dari kelima pilihan sajian yang berbahan dasar rumput laut ini pengunjung lebih memilih keripik atau kerupuk sebagai sajian pertama yang sangat ingin untuk dinikmati di pantai pandawa, disusul kemudian oleh olahan agar-agar atau pudding baru kemudian es atau jus rumput laut sebagai hidangan yang sangat ingin dinikmati di pantai pandawa. Hal ini sejalan dengan bentuk sajian yang sangat disukai oleh responden.

Dari sisi harga yang rela mereka bayarkan

untuk sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut ini, 44 orang responden bersedia membayar seharga 10.000,- sampai dengan 25.000,- rupiah, 31 responden hanya bersedia membayar dibawah harga 10 ribu rupiah.

Selain menikmati sajian rumput laut 75% responden pengunjung pantai pandawa juga menyatakan ingin melihat proses pembuatan rumput laut menjadi sajian kuliner. Tanggapan responden ini dapat dilihat pada table 4.4 diatas.

Saat responden dimintai tanggapan tentang sajian kuliner yang menurutnya dapat menjadi penciri dan ingin dinikmati di pantai pandawa selain sajian yang berbahan dasar rumput laut dari 41 orang responden yang memberikan tanggapan, masing masing tujuh orang memilih es kelapa muda dan keripik, selebihnya menyebutkan makanan lain seperti rujak, ayam/bebek betutu, seafood, onde-onde, jagung bakar, sate dan makanan lainnya.

3.4. Strategi menjadikan sajian yang berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner Pantai Pandawa

Branding kuliner merupakan salah satu kombinasi atribut suatu daerah tujuan wisata yang dapat menyampaikan keunikan dan karakteristik lokasi atau daerah tujuan wisata yang berbeda dari kompetitornya. Untuk menjadikan sajian berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner Pantai pandawa memerlukan usaha dan waktu yang cukup panjang.

Berdasarkan tahapan branding yang disampaikan oleh Morgan & Pritchard, usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk menjadikan sajian kuliner berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner Pantai Pandawa antara lain :

- Tahap *Brand implementation*. Pada tahap ini dilakukan riset pemetaan potensi pasar. Jika dilihat dari hasil persepsi pengunjung terhadap sajian kuliner berbahan dasar rumput laut tampak bahwa sajian kuliner ini memiliki potensi pasar yang cukup baik mengingat sajian kuliner berbahan dasar rumput laut sudah dikenal oleh masyarakat luas dan sebagian besar pengunjung menginginkan sajian kuliner ini tersedia di pantai Pandawa.
- Tahap *Brand identity development*. Pada tahap ini penting untuk menentukan identitas / *brand* yang ingin diwujudkan di benak pengunjung terhadap sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut ini. Berdasarkan wawancara dengan pengelola Pantai Pandawa bapak Wayan Kasim, pihak pengelola belum menjadikan sajian kuliner sebagai

prioritas utama untuk membentuk branding pantai Pandawa. Branding Pantai pandawa yang ingin dibentuk pada awalnya adalah pemandangan tebing dengan patung-patung para tokoh pandawa dalam epos Mahabrata serta budaya kehidupan nelayan dengan budidaya rumput lautnya. Meskipun belum menjadi prioritas utama untuk menjadikan sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut ini sebagai branding Pantai Pandawa, namun usaha-usaha kearah tersebut telah dilakukan antara lain dengan memberikan pelatihan pengolahan dan pengemasan rumput laut sebagai sajian kuliner. Hal ini sejalan dengan usaha untuk meningkatkan nilai tambah hasil budidaya rumput laut yang dihasilkan.

Namun saat penelitian ini dilakukan tampaknya usaha budidaya rumput laut sudah mulai ditinggalkan oleh para nelayan. Menurut bapak Wayan Kasim dan ibu Nyoman Rupini hal ini disebabkan antara lain karena jatuhnya harga rumput laut dipasaran, faktor alam yang tidak lagi memungkinkan untuk ditanami rumput laut karena maraknya aktivitas pariwisata serta para nelayan sendiri yang mulai beralih profesi ke sector pariwisata. Namun demikian sajian kuliner berbahan dasar rumput laut ini masih dapat diusahakan meskipun tidak saja hanya sebagai sajian kuliner semata namun juga dapat menjadi sarana untuk mengingatkan sejarah pantai pandawa sebagai salah satu sentra penghasil rumput laut. Tentu saja konsekuensinya akan terkendala pada bahan baku sajian kuliner ini yang harus didatangkan dari luar kawasan pantai pandawa.

Tahap *Brand launch and introduction*. Pada tahap ini merupakan usaha untuk mengkomunikasikan brand kepada pengunjung Pantai Pandawa. Setelah menetapkan branding sajian kuliner yang ingin disematkan di benak pengunjung pantai pandawa, perlu dilakukan usaha-usaha yang memudahkan pengunjung untuk mengenali dan menemukan sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut ini. Hal ini dapat dilakukan antara lain dengan mengajak semua pedagang makanan dan minuman di Pantai Pandawa untuk menyediakan sajian kuliner yang dimaksud dan memasang poster-poster tentang informasi sajian kuliner yang dimaksud.

Tahap *brand implementation*. Pada tahap ini perlu adanya kerjasama yang baik antar pihak-pihak yang terkait seperti pihak pengelola Pantai Pandawa, masyarakat di kawasan pantai pandawa pada khususnya dan masyarakat desa Kutuh pada umumnya, pemerintah desa Kutuh dan juga kelompok-kelompok masyarakat lainnya untuk dapat mewujudkan sajian kuliner yang berbahan dasar

rumput laut ini sebagai branding kuliner di Pantai Pandawa. Mengaktifkan kembali kelompok wanita tani sebagai generator penggerak untuk menyediakan sajian-sajian yang berbahan dasar rumput laut, mendorong kembali nelayan untuk membudidayakan rumput laut meskipun dalam jumlah yang terbatas serta membangun kesadaran masyarakat khususnya di kawasan pantai Pandawa akan pentingnya pembentukan branding kuliner sebagai salah satu identitas Pantai Pandawa yang dapat menari lebih banyak pengunjung.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1. Saran

Persepsi pengunjung pantai pandawa terhadap sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut dapat disimpulkan dari jawaban 100orang responden bahwa 80%pengunjung pantai pandawa pernah dan menyukai sajian yang berbahan dasar rumput laut dan 54% menyukai sajian yang berbentuk keripik atau kerupuk rumput laut. Sebilan puluh satu persen responden menginginkan sajian kuliner berbahan dasar rumput laut ini dinikmati saat berkunjung ke Pantai pandawa sedangkan bentuk sajian yang ingin dinikmati secara berurut adalah kerupuk atau keripik rumput laut sebanyak 49%, agar-agar 21%, jus/es rumput laut sebanyak 15% sedangkan sisanya berupa rujak dan sajian lainnya. Harga yang rela mereka bayarkan untuk sajian kulner berbahan dasar rumput laut ini berkisar antara 10.000 -25.000 rupiah sebanyak 44% dan 31% bersedia membayar dengan harga kurang dari 10.000,- rupiah. Selain ingin menikmati sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut 75% responden juga ingin melihat proses pengolahan rumput laut menjadi sajian kuliner.

Strategi untuk menjadikan rumput laut sebagai branding kuliner di pantai pandawa dapat dilakukan melalui 4 tahap yaitu (1)*Market investigation, analysis and strategic recommendations*, (2) *Brand identity development*, (3)*Brand launch and introduction*, (4) *Brand implementation*. Dari keempat tahap tersebut dapat disimpulkan bahwa branding ini sangat besar peluangnya untuk dibentuk mengingat sebagian besar pengunjung menginginkan adanya sajian yang berbahan dasar rumput laut ini tersedia di Pantai pandawa. Perlu ditentukan image yang ingin dibentuk melalui sajian kuliner yang berbahan dasar rumput laut ini. Memperkenalkan image atau kesan dari sajian kuliner ini kepada masyarakat luas khususnya kepada pengunjung maupun calon pengunjung Pantai Pandawa. Usaha untuk mewujudkan sajian kuliner berbahan dasar

rumpaut laut sebagai branding kuliner perlu kerjasama dan usaha yang baik antar pihak yang terkait.

V. SARAN

Menciptakan branding atau kesan terhadap suatu daerah tujuan memerlukan usaha yang terus berkelanjutan dan tidak terputus dan waktu yang panjang. Menjadikan sajian kuliner berbahan dasar rumput laut sebagai branding kuliner di pantai Pandawa harus dimulai dari penyediaan bahan baku pembuatan sajian kuliner tersebut. Pembagian zona pemanfaatan wilayah pesisir pantai pandawa yang pernah direncanakan sebaiknya diimplementasikan secara lebih serius sehingga kegiatan pembudidayaan rumput laut masih dapat dipertahankan. Dengan demikian akan lebih memudahkan image sajian kuliner berbahan dasar rumput laut dari pantai Pandawa lebih mudah dibentuk karena sekaligus pantai pandawa dikenal sebagai penghasil rumput laut.

Pembangunan pariwisata di pantai pandawa sebaiknya berbasis pada asset dasar yang dimiliki dalam hal ini asset fisik yang berupa pantai yang berpasir putih dan juga asset non fisik yang berupa budaya masyarakat nelayan yang juga membudidayakan rumput laut. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa budaya masyarakat nelayan dan pembudidaya rumput laut seharusnya tetap menjadi perhatian yang utama dalam pembangunan sedangkan pembangunan pariwisata sedapat mungkin diarahkan untuk menguatkan dan mempertahankan asset dasar yang dimiliki tersebut mengingat bahwa industri pariwisata sangat sensitive terhadap berbagai isu sehingga sulit untuk tetap menjaga stabilitas keberlangsungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Darma Putra, I Nyoman. 2014. Empat Srikandi Kuliner Bali: Peran Perempuan dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Master Pariwisata* Vol. 01 No. 01 Juli 2014. Universitas Udayana
- Gillesoie C, Cousin JA. 2001. *European Gastronomy Into the 21st Century* dalam Wikipedia. Tta. Gastronomi. Diunduh dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Gastronomi> pada tanggal 14 April 2014
- Kaplanidou, Kiki. (2003). *Destination Branding: Concept and measurement*. Department of Park, Recreation and Tourism Resource. Michigan State University. Diakses pada 3 Juli 2013, dari http://www.travelmichigannews.org/mtr/pdf/White_paper_branding_final.
- Murfianti, Fitri. (2012). *Pencitraan Solo Melalui Event Karnaval Sebagai Upaya Destinations Branding Wisata Budaya*. *Proceeding Strategi Communications Branding Di Era Industri kreatif*. *Proceeding Dipresentasikan di Nation Conference on Communication Branding Ilmu Komunikasi*, Universitas Brawijaya: Malang
- Savarin, Jean Anthelme Brillat. 2009. *The Physiology of taste or Meditations on transcendental Gastronomy* (Translated by M.F.K. Fisher). Random House LLC. Diunduh pada tanggal 14 April 2004 dari http://books.google.co.id/books?id=djEEAAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=gastronomy&hl=id&sa=X&ei=6FLU8DQGeT4ogHbqoDAAw&redir_esc=y#v=onepage&q=gastronomy&f=false.
- Sunada, I Nyoman. 2013. *Potensi Makanan Tradisional Bali Berbasis Masyarakat sebagai Daya Tarik Wisata di Pasar Umum Gianyar*. *Jurnal Kepariwisata*, Vol 12, No 2 : 118-136