

Strategi Pengembangan Produk dan Perluasan Pasar pada Pengembangan Pangan Tradisional sebagai Produk Wisata Kuliner di Bali

Product's Development Strategy and Market Expansion in Development of Traditional Food as a Product of Culinary Excursion in Bali

**Luh Putu Wrasianti^{1)*}, Anak Agung Putu Agung Suryawan, W.²⁾,
I Made Anom S. Wijaya³⁾, dan I Ketut Suter⁴⁾**

¹PS Teknik Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana,

²PS Teknik Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana

³PS Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana
Bukit Jimbaran, Badung 80361; Telp/Fax : (0361) 701801

Diterima 4 Pebruari 2016 / Disetujui 18 Pebruari 2016

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the traditional market would be developed as a culinary tourism by the local government of Level II regions (districts / cities), formulation of activities and facilities needed by the strategy of product development and market expansion, implement strategies that had been selected and defined as conduct training, coaching, and mentoring to traders and waiters in traditional markets that have been determined. The results showed that the chosen market that would be developed markets were “senggol” market (night market) of Tabanan City, Kreneng-Asoka Denpasar, Gianyar City, Klungkung City, and City Park Singaraja. Food vendors who were in these markets got guidance regarding the development of products such as ordinances presentation, use of additives, sanitation, and coaching appearance. Market expansion strategy carried out by making brochures, websites "baliwisatakuliner.com" and the provision of traditional food outlets at every event such as the Feast of Balinese art, Buleleng Festival, Festival Vilage Sanur, Nusa Penida Festival, and the annual events in the Anniversary Exhibition of the Republic of Indonesia.

Keywords: *Balinese traditional food, culinary tourism, product development, and market expansion*

*Korespondensi Penulis:

Email: wrasianti@gmail.com

PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan daerah wisata andalan Indonesia. Disamping keindahan alam, kekayaan bahari, dan fasilitas wisata yang lengkap, Bali memiliki keindahan budaya yang sangat unik yang dijiwai oleh Agama Hindu. Salah satu keunikan budaya Bali yang dewasa ini mulai dikembangkan adalah budaya kuliner tradisional Bali. Pangan tradisional yang disajikan di pasar tradisional dan merupakan produk wisata kuliner di Bali belum dikelola dan dikembangkan dengan baik sehingga diperlukan strategi untuk mengembangkan pangan tradisional menjadi produk wisata kuliner yang unik, enak, sehat, dan aman dikonsumsi.

Pangan tradisional adalah makanan dan minuman, termasuk makanan jajanan serta bahan campuran yang digunakan secara tradisional dan telah lama berkembang secara spesifik di daerah atau masyarakat tertentu. Biasanya makanan tradisional diolah dari resep yang sudah dikenal masyarakat setempat dengan bahan-bahan yang diperoleh dari sumber lokal yang memiliki citarasa yang relatif sesuai dengan selera masyarakat setempat (Syamsir, 2011). Di Indonesia, pangan tradisional merupakan bagian penting dari budaya, identitas dan warisan dari nenek moyang yang wajib dipertahankan serta dilestarikan secara turun temurun. Menurut Ernayanti (2003), makanan tradisional di Indonesia memiliki nilai budaya, tradisi, serta kepercayaan yang bersumber pada budaya lokal (*local indigenous*). Makanan tradisional suatu daerah bisa menjadi cermin peradaban dan budaya suatu daerah, akan tepat

disuguhkan serta dinikmati oleh masyarakat setempat pula.

Menurut Suryadana (2009) wisata kuliner didefinisikan sebagai wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan. Lebih lanjut dikatakan pula oleh Hendrayana (2011) bahwa daya tarik wisata kuliner tergantung pada keragaman aktivitas kuliner, makanan khas, lokasi yang nyaman dan bersih, desain ruangan (*venue*) yang unik dan menarik, pelayanan yang baik, pasar yang kompetitif, harga dan proporsi nilai, peluang bersosialisasi, interaksi budaya kuliner, suasana kekeluargaan, dan lingkungan yang menarik.

Produk kuliner tidak hanya menampilkan "makanan khas" akan tetapi dapat berkembang menjadi suatu media interpretasi yang memperluas wawasan wisatawan. Wawasan ini tidak hanya berkutat seputar cita rasa atau bumbu apa yang dipakai dalam hidangan, namun juga menambah pengetahuan tentang cara makan, gaya hidup, tradisi, kebudayaan, kesejarahan, sampai unsur geografis yang direpresentasikan lewat penyajian dan cita rasa hidangan tersebut (Gaffar, 2007 dan Virna, 2007).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Wrsiati *et al.* (2014) mengenai strategi pengembangan pangan tradisional sebagai produk wisata kuliner di Provinsi Bali menyatakan bahwa strategi yang dihasilkan adalah strategi pertahankan (*Hold*) dan pelihara (*Maintain*). Prioritas strategi adalah pengembangan produk

(TAS 6.15) dan perluasan pasar (TAS 5.97). Strategi pengembangan produk menitikberatkan pada penggunaan teknologi tepat guna dalam hal pengawetan dan pengemasan, kebersihan dan hygiene, penampilan pedagang dan outletnya, serta tampilan menu dan harga yang standar. Sementara itu strategi perluasan pasar dilakukan dengan melakukan promosi wisata kuliner dengan mengikuti even-even atau pameran pariwisata, penyusunan dan penyebaran brosur atau leaflet mengenai wisata kuliner, penyusunan website wisata kuliner, dan menyediakan counter atau outlet pangan tradisional di pasar-pasar yang lokasinya berdekatan dengan destinasi wisata.

Penelitian mengenai strategi pengembangan produk dan perluasan pasar dalam rangka pengembangan pangan tradisional sebagai produk wisata kuliner di Bali adalah penelitian kaji tindak untuk melaksanakan atau mengimplementasikan strategi-strategi yang sudah dirumuskan. Tahap awal dari penelitian ini adalah melakukan wawancara atau diskusi yang mendalam dengan para pakar, PEMDA setempat dan instansi terkait untuk menentukan skala prioritas strategi yang akan diterapkan. PEMDA setempat juga diminta untuk memutuskan pasar mana yang menjadi prioritas pengembangan wisata kuliner. Tahap berikutnya adalah implementasi strategi dengan melakukan pelatihan, pembinaan dan pendampingan kepada para pedagang dan pelayan di pasar-pasar tradisional yang telah ditentukan oleh PEMDA setempat. Pengembangan pangan tradisional sebagai produk wisata kuliner

diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu melestarikan kebudayaan kuliner dan teknologi lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat yang akhirnya akan mampu mendukung pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan pasar tradisional yang akan dikembangkan sebagai wisata kuliner oleh PEMDA daerah Tingkat II (kabupaten/kota), merumuskan kegiatan-kegiatan dan sarana yang diperlukan berdasarkan strategi pengembangan produk dan perluasan pasar, melaksanakan strategi yang telah dipilih dan ditetapkan seperti mengadakan pelatihan, pembinaan, dan pendampingan kepada para pedagang dan pelayan di pasar-pasar tradisional yang telah ditentukan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di pasar-pasar tradisional yang telah disepakati oleh PEMDA di seluruh kabupaten/kota di provinsi Bali untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata kuliner. Lokasi penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan skala prioritas dari PEMDA setempat yaitu penentuan lokasi penelitian yang dilakukan secara sengaja dengan beberapa pertimbangan yaitu setiap kabupaten memiliki pasar tradisional yang menyajikan pangan tradisional, setiap kabupaten memiliki pangan tradisional yang khas, dan variasi pangan tradisional lebih banyak dijumpai di pasar tradisional.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua stakeholders yang terkait dengan pengembangan pangan tradisional dan pariwisata kuliner di Bali yaitu: (i) pedagang pasar tradisional, (ii) pengurus pasar (iii) Dinas Pariwisata, (iv) Dinas Perdagangan, (v) Dinas Kebudayaan, (vi) kalangan biro perjalanan, (vii) pengambil keputusan di wilayah pasar tradisional bersangkutan, dan (viii) konsumen atau wisatawan di pasar tradisional.

Penentuan sampel penelitian dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa pertimbangan yaitu sampel pedagang yang diambil adalah pedagang pangan tradisional yang resmi terdaftar di pasar (bukan pedagang asongan), pelaku pariwisata yang memiliki program melakukan kunjungan ke destinasi wisata kuliner, dan pengunjung pasar tradisional yang melakukan transaksi atau membeli pangan tradisional di pasar-pasar yang telah disurvei (David, 2006).

Strategi Pengembangan Produk

Dari hasil wawancara yang mendalam dengan para pakar, strategi pengembangan produk dilakukan dengan cara :

- a. memperbaiki penampilan outlet, pedagang dan pelayan
- b. menerapkan teknologi tepat guna dalam bidang pengawetan dan pengemasan pada industri jasa boga untuk mengatasi masalah kerusakan dan penyajian makanan
- c. edukasi mengenai penggunaan zat aditif pada makanan dan minuman
- d. meningkatkan kebersihan outlet, pedagang, dan lingkungan (Thaheer, 2005)

Strategi Perluasan Pasar

Dari hasil wawancara yang mendalam dengan para pakar, strategi perluasan pasar dilakukan dengan cara :

- a. pembuatan dan penyebaran brosur mengenai tersedianya pelayanan wisata kuliner di pasar-pasar tradisional untuk para wisatawan dan biro perjalanan serta pembuatan website “baliwisatakuliner.com”
- b. melakukan promosi pada even-even tahunan seperti Pesta Kesenian Bali, Denpasar Festival, Sanur Festival, Kuta Festival dan lain sebagainya.
- c. penyediaan outlet pangan tradisional di pasar-pasar tradisional yang lokasinya berdekatan dengan destinasi wisata seperti Tanah Lot, Ubud, Tampak Siring, Kintamani, Besakih, Tanjung Benoa, Seminyak, Lovina dan di tempat-tempat strategis yang seringkali dikunjungi wisatawan.
- d. menambah jumlah outlet pangan tradisional di pasar-pasar tradisional.

Tahap awal pada penelitian di tahun kedua ini adalah melakukan wawancara yang mendalam dengan para pakar, PEMDA dan instansi terkait untuk menentukan pasar-pasar yang akan dikembangkan menjadi wisata kuliner di Provinsi Bali. Setelah itu ditentukan skala prioritas strategi yang akan dilaksanakan sesuai dengan kondisi dan situasi pasar-pasar yang terpilih. Pada tahap ini mungkin saja strategi yang menjadi skala prioritas berbeda beda sesuai dengan situasi dan lokasi pasar serta dukungan pemerintah Rangkuti, 2006).

Implementasi dari strategi prioritas dilakukan secara terpadu oleh pihak universitas (perguruan tinggi), dinas

pariwisata, PD Pasar, dan PEMDA tingkat II (kabupaten/kota). Para pedagang dan pelayanan di pasar-pasar tradisional disamping dilatih dan dibina untuk menjaga kebersihan, kesehatan, penampilan pelayanan, juga dibuatkan semacam SOP (prosedur) yang baku dalam melayani konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan diskusi yang mendalam dengan para pakar, diambil keputusan bahwa ada lima pasar tradisional yang beroperasi di sore hari (pasar senggol) yang ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner yang layak dikembangkan. Keputusan ini berdasarkan atas jumlah pedagang pangan tradisional yang ada di pasar tersebut dan rata-rata jumlah pengunjung pasar tersebut setiap harinya. Seluruh pasar ini juga memiliki fasilitas parkir yang cukup luas dan lokasi yang sangat strategis. Data tersebut disajikan pada Tabel 1.

Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk dilakukan adalah pembinaan dan pendampingan mengenai penggunaan zat-zat aditif untuk pangan (Fardiaz, 2002), perbaikan penampilan produk dan outlet, penerapan teknologi tepat guna untuk penyajian produk, dan perbaikan penampilan pedagang. Kegiatan-kegiatan tersebut disajikan pada Gambar 1, 2, 3, 4 dan 5.

Para fasilitator mengunjungi satu persatu stand pangan tradisional pada pasar yang terpilih yaitu pasar senggol Kota Tabanan, Kreneng Denpasar, Kota

Gianyar, Kota Klungkung, dan Taman Kota Singaraja. Penyuluhan, pembinaan dan pendampingan penggunaan zat-zat aditif dilakukan dengan bekerjasama dengan BPOM Wilayah Bali Nusra. Lembaga ini telah memiliki program standar pelayanan minimum (SPM) untuk para pedagang pangan olahan di pasar-pasar tradisional provinsi Bali. Disamping itu, lembaga Dewan Ketahanan Pangan Pemerintah Kota Denpasar juga telah memiliki SPM untuk pangan segar dan pangan olahan yang beredar di pasaran Kota Denpasar sehingga menjadi program yang sejalan dengan hasil penelitian ini.

Strategi Perluasan Pasar

Strategi ini dilakukan dengan tiga kegiatan yaitu penyusunan **brosur wisata kuliner** Bali (Gambar 6), pembuatan website "www.baliwisatakuliner.com", dan pembu-kaan stand-stand pangan tradisional pada setiap festival yang diadakan di Pulau Bali (Gambar 7). Periode tahun 2013 sampai dengan 2014, diselenggarakan 9 festival yaitu Buleleng Festival, Buyan Festival, Sanur Village Festival, Festival Nusa Dua, Kuta Festival, Denpasar Festival, Festival Nusa Penida, Pesta Kesenian Bali, dan Pameran Pembangunan dalam rangka HUT NKRI. Pada even tersebut disediakan areal untuk stand pangan tradisional yang sangat komprehensif dan menarik sehingga para pengunjung bisa menikmati pangan tradisional yang dikembangkan oleh pemerintah setempat.

Pemerintah Kota Singaraja membangun lokasi wisata kuliner di tepi Pantai Penimbangan sekitar 5 tahun yang lalu. Di lokasi ini khusus menjual pangan

Tabel 1. Nama Pasar Senggol yang Dikembangkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner di Bali

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang Pangan Tradisional	Rata-rata Jumlah Pengunjung per hari
1	Senggol Kota Tabanan	76	935
2	Senggol Kreneng Asoka Denpasar	106	1346
3	Senggol Kota Gianyar	111	1763
4	Senggol Kota Klungkung	54	571
5	Senggol Taman Kota Singaraja	40	688



Gambar 1. Pembinaan dan Pendampingan Penggunaan Zat Aditif



Gambar 2. Perbaikan Penampilan outlet dan Produk



Gambar 3. Edukasi Penggunaan Peralatan Sederhana dalam rangka Perbaikan Penyajian Produk



Gambar 4. Perbaikan Penampilan Penyajian Produk



Gambar 5. Pembinaan Penampilan Pedagang



Gambar 6. Leaflet (brosur) Wisata Kuliner

tradisional khas Buleleng dan sangat ramai dikunjungi wisatawan pada hari-hari libur dan “weekend”. Sementara itu sudah puluhan tahun yang lalu di sepanjang pinggir Pantai Jimbaran, Kabupaten Badung, merupakan lokasi berjualan makanan khas laut. Beberapa tahun terakhir ditata dan dibenahi oleh Pemerintah Kabupaten Badung menjadi tujuan wisata kuliner “sea food” khas Badung.

Di wilayah desa Sanur, pada awal tahun 2014, dibangun outlet atau stand-stand pangan tradisional yang berlokasi di pinggir pantai Sanur. Para pedagang ini dibina oleh Departemen Perdagangan,



Gambar 7. Stand Kuliner yang disediakan di beberapa even

Perindustrian, dan Dinas Koperasi. Stand pedagang sudah tertata rapi, daftar menu sudah dibuat transparan, penampilan produk yang bersih dan penampilan pedagang yang ramah, bersih, dan menarik. Pasar ini dibuka setiap hari Sabtu dan Minggu dari jam 8.30 sampai dengan 20.00 WITA.

KESIMPULAN

Strategi yang diprioritaskan dalam pengembangan pangan tradisional di pasar tradisional Provinsi Bali adalah strategi

pengembangan produk dan perluasan pasar. Berdasarkan hasil wawancara yang mendalam dari berbagai pihak, pasar yang dipilih untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner adalah pasar senggol Kota Tabanan, Kreneng Asoka Denpasar, Kota Gianyar, Kota Klungkung, dan Taman Kota Singaraja. Strategi pengembangan produk yang sudah terlaksana pada penelitian ini adalah pembinaan dan pendampingan mengenai penggunaan zat-zat aditif untuk pangan, perbaikan penampilan produk dan outlet, serta penerapan teknologi tepat guna untuk penyajian produk. Sementara itu strategi perluasan pasar yang sudah terlaksana adalah penyusunan brosur wisata kuliner Bali, pembuatan website “baliwisatakuliner.com”, dan pembukaan stand-stand pangan tradisional pada setiap festival yang diadakan di Pulau Bali.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Republik Indonesia yang telah mendanai penelitian ini melalui Hibah Penelitian MP3EI tahun 2014 dan Konsorsium Riset Pariwisata yang telah mendukung pendataan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. 2006. *Strategic Management: Concepts* (Ihsan Setiyo Budi. Pentj.) PT Salemba Empat, Jakarta.
- Ernayanti. 2003. *Ensilopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura*. Deputi bidang pelestarian dan pengembangan kebudayaan, asdep. Urusan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Jakarta: Proyek pelestarian dan pengembangan tradisi dan kepercayaan, Jakarta.
- Fardiaz, D. 2002. *Panduan Pengolahan Pangan Yang Baik Bagi Industri Rumah Tangga, Amankan Dan Bebaskan Produk Dari Bahan Berbahaya*. Deput Bidang Pengawasan Keamanan Pangan Dan Bahan Berbahaya Direktorat Surveiln Dan Penyuluhan Keamanan Pangan, Badan Pengawas Obat Dan Makanan, Jakarta.
- Gaffar, 2007. *Customer Relationship Management And Marketing Public Relations Hotel*. Alfabeta, Bandung.
- Hendrayana, M. 2011. *Strategi Pengembangan Makanan Tradisional Bali pada Hotel di Kawasan Sanur*. Thesis S2 (tidak dipublikasikan). Program Pascasarjana, Universitas Udayana
- Rangkuti, F, 2006. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. Cetakan ke 14. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suryadana, M.L. 2009. *Perkembangan Industri Makanan (Kuliner)*. Disampaikan pada Seminar Sehari CREPS 2009, yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan dan Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, 14 Oktober 2009

- Syamsir, E. 2003. Pangan Fermentasi Tradisional Indonesia. SEAFast Center IPB, Bogor. Diakses pada Tanggal 2 Februari 2013.
- Thaheer, H. 2005. Sistem Manajemen HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*), PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Virna, E.N. 2007. Wisata Kuliner Bukan Sekedar Nafsu Pemuas Perut. *Warta Pariwisata* Vol. 9 (1) : 1 – 3.
- Wrasiati, L.P., AAPA SWiranata1, IMAS Wijaya. 2014. Development of Traditional Food at Traditional Market as a Culinary Tourism Products (Case Study at Bali Province). *Proceeding The 16th FOOD INNOVATION ASIA CONFERENCE BITEC Bangna, Bangkok, Thailand*