

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Kampung Ujung, dapat diambil beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut.

- 1) Penerapan strategi pengembangan wisata kuliner Kampung Ujung oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Manggarai Barat sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen terhadap keberadaan wisata kuliner kampung ujung yang terus mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan dan tingginya standar ditetapkan maka pihak terkait terus memperhatikan aspek pemasaran yang menjadi titik penting sebagai instrumen yang mampu menjamin kepuasan pelanggan sehingga selaras dalam tujuan pengembangan wisata ini lebih lanjut.

Dalam upaya pengembangan melalui strategi pemasaran tersebut terdapat empat unsur strategi bauran pemasaran yang dianggap sangat penting, yakni;

- a) Produk (*product*)

Penulis berpendapat bahwa produk (barang atau jasa) yang ditawarkan kepada konsumen merupakan bagian dari strategi pengembangan wisata kuliner Kampung Ujung. Strategi ini sudah sesuai pada penerapannya karena adanya keragaman dan berbagai macam bentuk olahan produk untuk meningkatkan animo masyarakat,

baik lokal maupun manca negara dalam bidang kuliner serta sajian produk dalam berbagai olahan tersebut mampu meningkatkan kualitas produk baik dari segi rasa, kualitas dalam penyajian, meningkatkan cita rasa kuliner sehingga mampu bersaing ditengah tingginya persaingan dibidang kuliner.

b) Harga (*price*)

Pada point ini terdapat dua komponen utama sebagai factor pendukungnya. Yakni, (1) pemerintah sebagai pihak pengelola (Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Manggarai Barat selaku pengelola pusat kuliner Kampung Ujung) memberi kebebasan terhadap penetapan harga dari setiap produk yang dipasarkan oleh para pedagang yang secara langsung menyediakan bahan baku. Kebebasan penentuan harga yang diberlakukan harus menyesuaikan dengan kualitas cita rasa yang dihidangkan, bentuk dan ukuran, berat dari produk yang disediakan, serta disesuaikan dengan tawar menawar yang dilakukan oleh para pedagang dan konsumen. Hal ini diberlakukan oleh pemerintah setempat agar dapat mengurangi resiko pembiayaan yang tidak tepat akibat perkiraan yang keliru akan biaya yang dikeluarkan dengan pemasukan yang akan diterima oleh pelaksana sehingga hal ini dapat memberikan kenyamanan tersendiri bagi para pedagang untuk tetap melakukan aktivitasnya dalam wisata kuliner kampung ujung. (2)

system pembayaran menggunakan voucher terhadap nilai harga produk pada pusat kuliner Kampung Ujung. Sistem pembayaran yang diterapkan adalah *non cash only* atau tanpa uang tunai. Dalam hal ini, wisatawan yang ingin menikmati kuliner terlebih dahulu, harus menukarkan uang tunai dengan voucher yang memiliki nilai harga. Penukaran voucher ini, dilakukan sebelum pengunjung masuk ke dalam kawasan untuk menikmati produk kuliner yang disajikan

Dari dua point yang termasuk di dalam strategi penentuan harga ini dilihat bahwa penetapan harga yang ada mulai dari harga jual yang tinggi hingga sedang, semuanya dapat dijangkau dan memberikan kepuasan tersendiri bagi para penikmat wisata kuliner. Sehingga point positif dari strategi harga, yakni; memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar, serta mempertahankan kualitas atau differensiasi dari suatu barang atau jasa dan meningkatkan posisi objek wisata kuliner pada target pasar agar tetap mempertahankan pendapat positif dari penikmat wisata kuliner terhadap apa yang dipasarkan.

c) Tempat (*place*)

Penempatan pusat Kuliner Kampung ujung ini sudah terbilang strategis dan menguntungkan dikarenakan menjadi titik temu dari semua jalur – jalur wisata yang ada di Labuan Bajo, baik wisata bahari maupun titik wisata yang ada di daratan. Letak lokasi wisata

kuliner Kampung Ujung yang berada pada pesisir pelabuhan menjadikan nuansa yang disajikan, menjadi daya jual yang tinggi. Sehingga, saat berlangsungnya aktivitas kuliner pada malam hari, pengunjung dapat menikmati kuliner yang disajikan sambil memanjakan mata dengan melihat pemandangan lampu – lampu kapal yang ada di sepanjang lokasi. Selain itu, lokasi Pusat Kuliner Kampung Ujung yang berada dekat dengan Tempat Penjualan Ikan (TPI), juga menguntungkan pedagang dikarenakan bahan baku utama yang tersedia lebih mudah dijangkau.

d) Promosi (*promotion*)

Pada point ini terdapat dua komponen utama sebagai factor pendukungnya. (1) Dalam upaya mempromosikan produk wisata kuliner kampong ujung, terdapat kerjasama Badan Otoritas Pariwisata (BOP) dengan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah selaku pengelola pusat kuliner Kampung Ujung yakni, memberikan dorongan kepada pelaku wisata (pedagang) dalam memanfaatkan perkembangan digitalisasi sebagai sarana promosi dalam pemasaran product. Sehingga hal ini memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha dalam peningkatan *softskill* dibidang teknologi dan informatika. (2) Adanya kerjasama dengan membangun kepercayaan dari pelaku wisata dalam hal ini adalah para pedagang bersama pemandu wisata (*guide*) agar menciptakan komunikasi

sebagai sarana penyaluran pemasaran produk serta menimbulkan efek timbal balik (*feedback*) antara kedua belah pihak.

- 2) Strategi yang tepat untuk upaya pengembangan wisata kuliner kampung ujung agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang wisata kuliner tentunya harus terintegrasi dengan strategi pengembangan wisata yang terdiri dari ; Objek Daya Tarik (*Attraction*), Modal Atraksi, Fasilitas Pendukung (*Ammenities*), Fasilitas Umum (*Ancillary Service*), Dan Kelembagaan (*institusi*). Dalam hal ini, terdapat dua strategi pengembangan pariwisata yang menjadi acuan, diantaranya sebagai berikut.

- a) Objek Daya Tarik Wisata (*Attraction*)

Dari keempat strategi pemasaran terdapat bagian yang perlu dipertimbangkan untuk pengembangannya yakni, nilai kearifan lokal budaya manggarai yang kemudian perlu terintegrasi dengan beberapa strategi bauran pemasaran yaitu produk dan promosi. Nilai kearifan lokal yang perlu melekat pada strategi produk ini yakni, pihak pelaksana perlu menyediakan varian menu makanan dengan menggabungkan cita rasa khas daerah. Hal ini sesuai dengan kutipan Penelitian Suteja dan Wahyuningsih (2019), pada penelitian sebelumnya, yang mengatakan bahwa masakan lokal memiliki prospek yang amat cerah untuk dikembangkan, sehingga potensi masakan lokal tidak saja hanya sebagai pemenuhan kebutuhan pokok

manusia, akan tetapi dengan nilai dan kualitas yang dimiliki, masakan lokal pun merupakan masakan yang memiliki nilai keunikan citrarasa dan aroma yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung. Sehingga dalam hal ini nilai kearifan lokal yang perlu melekat pada strategi produk agar memberikan kesan tersendiri bagi penikmat wisata kuliner. Selain terintegrasi dengan strategi produk, nilai kearifan lokal juga bisa masuk dalam upaya promosi yang dilihat dari upaya peningkatan pelayanan. Upaya peningkatan pelayanan yang dimaksudkan adalah, dengan adanya ornamen – ornamen budaya yang dikenakan oleh pelaku wisata dalam hal ini para pedagang, melalui busana dengan kombinasi motif kedaerahan yang dikenakan.

b) Fasilitas Pendukung (*Amenities*)

Ditinjau dari aspek fasilitas pendukung, ada beberapa strategi yang perlu diperhatikan dan penting untuk dipertimbangkan sebagai upaya pengembangan wisata kuliner, dalam hal ini adalah pihak pengelola. Hal yang perlu dilakukan adalah Perluasan ruang.

Perluasan ruang adalah salah satu pilihan untuk meminimalisir kehilangan omsed yang ada sekarang dari pesatnya arus kunjungan wisatawan. Berdasarkan penelitian ini, dilihat bahwa pengelola belum maksimal dalam pemanfaatan ruang yang ada, karena stand jualan yang dibangun berjumlah sedikit yaitu 45 stand. Sehingga

perlu ditambah fasilitas pendukung agar meningkatkan jumlah stand, dengan memanfaatkan ruang kosong di wilayah laut dalam bentuk stand apung. Hal ini bertujuan agar wisatawan yang berkunjung semuanya terakomodir dengan baik dan secara tidak langsung memberikan keuntungan pada pihak pengelola.

4.2 Saran

Sebagai upaya pengembangan wisata kuliner kampung ujung agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang wisata kuliner, penulis menyarankan beberapa hal, yakni sebagai berikut :

A. Objek Daya Tarik Wisata (*Attraction*)

- a) Bagi Pemerintah selaku pengelola, agar menambahkan nilai kearifan lokal dalam strategi bauran pemasaran yaitu produk dan promosi. Hal ini, selain memberikan kesan tersendiri bagi penikmat wisata kuliner, nilai kearifan lokal juga menjadi daya tarik tersendiri..

B. Fasilitas Pendukung (*Amenities*)

- a) Bagi pemerintah selaku pengelola perlu melakukan perluasan ruang pada kawasan wisata kuliner. Perluasan ruang ini dengan melakukan peningkatan jumlah stand yang ada. Dalam hal ini, pemanfaatan ruang kosong di wilayah laut dalam bentuk stand apung.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Maleong, M. P. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. 30. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (30st ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2005). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pers.
- Nyong, F. (2017). *Manajemen Strategis/Perencanaan Strategi*. Kupang: Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Jurnal

- Mulyana, Y., & Yulianto. (2018). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Kalibawang Dan Samingaluh Kulonprogo Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 15.
- Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2007). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6a. *Analisis Potensi Wisata* , 35-40.
- Suteja, W., & Wahyuningsih, S. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *ResearchGate*, 14.
- Tyastity, F. A., & Mbulu, Y. P. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Masyarakat di Rungkut Surabaya. *Journal Of Tourism Destination And Attraction*, 7, 25-33.
- Ulfa, R. (2017, Mei 10). *Strategi pemasaran produk simpanan Sirela dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT Walisongo Mijen*. Dipetik Mei 15, 2020, dari Walisongo: <http://eprints.walisongo.ac.id/7221/>
- Widayati, M. T., & Harsana, M. (2006). Pengembangan Taman Kuliner Condong Catur Sebagai Tujuan Wisata Kuliner Di Kabupaten Sleman. *Staffnew* , 1-17.

Video

Yudha.(2020). *Dampak Social Media! Kuliner Kampung Ujung Labuan Bajo*[Video Youtube]. Diakses melalui <https://www.youtube.com/watch?v=MUYeZ0F3Tqc> =Mei 8, 2020.

Website

Anggraini, D. (2019, Juni 22). *Puas Makan Seafood Segar di Pusat Kuliner Terbesar Labuan Bajo*. Dipetik Mei 8, 2020, dari Detik Food: <https://food.detik.com/berita-boga/d-4596156/puas-makan-seafood-segar-di-pusat-kuliner-terbesar-labuan-bajo>

Damarjati, D. (2019, Maret 16). *Pusat Kuliner di Labuan Bajo Terapkan Pembayaran Non Tunai*. Dipetik Mei 8, 2020, dari detikFinance: <https://finance.detik.com/moneter/d-4470398/pusat-kuliner-di-labuan-bajo-terapkan-pembayaran-non-tunai>

Dimyati, V. (2019, Mei 7). *Pelaku UKM Pariwisata Labuan Bajo Promosi Kuliner dan Suvenir lewat Digital* . Dipetik Mei 8, 2020, dari iNews.id: <https://www.inews.id/travel/destinasi/pelaku-ukm-pariwisata-labuan-bajo-promosi-kuliner-dan-suvenir-lewat-digital>

Djochan, K. (2018, Desember). *Warung seafood di Labuan bajo*. Dipetik mei 8, 2020, dari Tripadvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1777483-d10399833-Reviews-or5-Kampung_Ujung_Beach-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html#REVIEWS

E. T. (2019, Desember 25). *Sensasi Lobster Bambu, Kuliner Labuan Bajo, Mau Coba?* Dipetik Mei 8, 2020, dari Berita Daerah.co.id: <https://www.beritadaerah.co.id/2019/12/07/sensasi-lobster-bambu-kuliner-labuan-bajo-mau-coba/>

Econg, F. (2015, Mei 14). *Wisata Kuliner Kampung Ujung Labuan Bajo*. Dipetik Mei 15, 2020, dari Cendana News: <https://www.cendananews.com/2015/05/wisata-kuliner-kampung-ujung-labuan-bajo.html>

Febri, H. (2018, Desember). *Wisata kuliner malam*. Dipetik mei 8, 2020, dari Tripadvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1777483-d10399833-Reviews-or5-Kampung_Ujung_Beach-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html#REVIEWS

- Flores, B. (2018, 10 20). *Renovasi Destinasi Kampung Ujung di Labuan Bajo*. Dipetik 06 1, 2020, dari Berita Flores: <http://www.beritaflores.com/2018/10/20/ini-kata-advokat-terkait-renovasi-destinasi-kampung-ujung-di-labuan-bajo/>
- FloresEditorial.com. (2018, Oktober 16). *Wisata Kuliner Kampung Ujung Labuan Bajo dan Dampak Pasca Renovasi*. Dipetik mei 8, 2020, dari FloresEditorial.com: <https://www.floreseditorial.com/wisata/wisata-kuliner-kampung-ujung-labuan-bajo-dan-dampak-pasca-renovasi/>
- Kho, B. (2019, November 2). *Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran) – 4P dan 7P*. Dipetik Juni 8, 2020, dari Ilmu Manajemen Industri: <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-marketing-mix-bauran-pemasaran-4p-dan-7p/>
- Lewokeda, A. (2018, Desember 6). *TPI Labuan Bajo jadi objek wisata*. Dipetik Mei 15, 2020, dari Antara News: <https://kupang.antaranews.com/berita/10304/tpi-dukung-usaha-wisata-kuliner-di-labuan-bajo>
- Linda. (2019, Ocktober). *Tempat Wisata Kuliner yang Memanjakan Perut dan Mata*. Dipetik mei 8, 2020, dari Tripadvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1777483-d10399833-Reviews-Kampung_Ujung_Beach-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html#REVIEWS
- Perwitasari, A. A. (2019, Juny). *Pantai Kampung Ujung*. Dipetik Mei 8, 2020, dari Tripadvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1777483-d10399833-Reviews-or5-Kampung_Ujung_Beach-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html#REVIEWS
- Putri. (2016, Oktober). *Tempat makan makanan laut yang murah meriah*. Dipetik mei 8, 2020, dari Tripadvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1777483-d10399833-Reviews-or20-Kampung_Ujung_Beach-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html#REVIEWS
- Riadi, M. (2020). *Pariwisata (Pengertian, Unsur, Bentuk dan Jenis Wisata)*. Dipetik 3 20, 2020, dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html>
- Sofia, G. (2019, Juni 25). *Wisata Kuliner Kampung Ujung Labuan Bajo*. Dipetik Juni 1, 2020, dari Grandysofia Life: <https://www.grandysofia.com/2019/06/wisata-kuliner-kampung-ujung-labuan-bajo.html>

Tanialatinina. (2018, July). *Great seafood*. Dipetik mei 8, 2020, dari Tripadvisor:
https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1777483-d10399833-Reviews-or10-Kampung_Ujung_Beach-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html#REVIEWS