
**STRATEGI PENGEMBANGAN PEDAGANG KULINER DI PANTAI NIPAH DESA MALAKA
KABUPATEN LOMBOK UTARA (DEVELOPMENT STRATEGY OF CULINARY TRADERS)****Oleh****Septiana Chandrawati¹, I Made Suyasa² & I Wayan Suteja³**^{1,3}**Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram**²**Universitas Muhammadiyah Mataram****Email : ¹Septianachandra2019@gmail.com, ²kadeksuyasa@gmail.com &****³tejabulan@gmail.com**

Article History:

Received: 05-06-2022

Revised: 18-06-2022

Accepted: 28-07-2022

Keywords:*Strategi pengembangan,
Pedagang kuliner, Pantai
Nipah.*

Abstract: *Pengembangan pariwisata telah menjadi trend dalam pengembangan wilayah di Indonesia, begitupun Pantai Nipah Desa Malaka Kabupaten Lombok Utara yang salah satu fondasi utamanya adalah Sektor Pariwisata. Dengan demikian kondisi Pantai Nipah yang dulunya belum memiliki potensi pariwisata seperti pada umumnya, menjadikan kehadiran wisata kuliner sebagai salah satu sektor potensial dalam pengembangan pariwisata. Hal ini dikarenakan wisata kuliner saat ini tidaklah hanya sebatas wisata penunjang pariwisata saja, namun sudah mampu berdiri sendiri. Pantai Nipah adalah salah satu lokasi di kabupaten Lombok utara yang menyajikan wisata kuliner ikan bakar, Pantai Nipah mampu menarik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Kondisi ini menjadikan alasan utama sangat diperlukannya pengembangan pedagang dalam inovasi produk kuliner pantai nipah untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Metode analisa yang digunakan dalam penulisan ini yakni metode Deskriptif Kualitatif untuk menganalisa potensi dan masalah terkait wisata kuliner dipantai nipah. Selain itu digunakan juga metode analisa SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan pedagang kuliner tersebut. Hasil yang diperoleh pada potensi wisata kuliner yang dimiliki oleh Pantai Nipah sudah sangat bagus untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan, potensi wisata kuliner dan keunikan khas kuliner ikan bakar yang ditawarkan. Selain itu perlu ditingkatkan juga mengenai penambahan menu olahan hasil laut (seafood) dan peran pemerintah desa yang bekerjasama dengan dinas yang terkait untuk bisa memberikan pembinaan sosialisasi tentang pengolahan hasil laut. Guna mempermudah para pedagang berinovasi dalam menu kuliner dan juga sebagai nilai jual untuk lebih meningkatkan wisatawan yang dating.*

PENDAHULUAN

Data Disbutpar Kabupaten Lombok Utara (KLU) pada bulan januari hingga november 2020 tercatat jumlah kunjungan lebih dari 133.476 wisatawan baik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Daya tarik utama kunjungan wisatawan ke KLU adalah 3 Gili di samping itu juga ada beberapa daya tarik lain, adanya destinasi wisata budaya di Bayan, destinasi agrowisata kampung coklat di Gangga, dan selain itu juga ada wisata kuliner. Wisata kuliner di KLU merupakan salah satu yang diminati wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Wisata kuliner di Pantai Nipah sudah ada sejak 2008 dimana pedagang saat itu hanya menjual jagung bakar namun seiring berjalannya waktu tingkat kebutuhan wisatawan dalam mencari olahan kuliner semakin berkembang oleh karna itu, para pedagang jagung kemudian beralih menjual ikan laut bakar sampai sekarang. Disisi lain, pantai Nipah yang merupakan pusat perdagangan ikan bakar dan bisnis kuliner memiliki banyak kendala dalam pengembang produknya. Kendala yang saat ini terjadi yaitu belum adanya pembinaan atau sosialisasi memasak tentang olahan hasil laut (seafood) dari dinas perikanan atau pemerintah Desa , kurangnya keterampilan memasak, sumber bahan baku yang belum memadai, pengetahuan mengenai olahan seafood, dan juga soal hygiene sanitasi.

LANDASAN TEORI

Terdapat beberapa konsep untuk menganalisis penelitian ini seperti konsep pengembangan pariwisata, pedagang kuliner, dan teori gastronomi. Menurut Barreto dan Giantari (2015) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya, Pengembangan pariwisata yang dimaksud didalam konsep ini adalah pengembangan pariwisata khususnya dibidang kuliner mengingat kuliner sebagai salah satu daya tarik wisata.

Pedagang kuliner (makanan) merupakan tempat untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut Anwar (2000), pedagang dan masyarakat tidak dapat terpisahkan, disamping memberikan pelayanan yang praktis dan cepat adalah salah satu alasan masyarakat suka mengkonsumsi makanan yang siap saji yang disediakan oleh pedagang makanan. Keterbatasan waktu untuk mengolah makanan karena padatnya aktivitas sehari-hari adalah alasan lain mengapa masyarakat lebih suka memilih untuk membeli makan ditempat pedagang makanan. strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisipasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan (Wilopo 2017). Strategi pengembangan yang dimaksud dalam hal ini adalah strategi pengembangan pedagang kuliner yang ada di Pantai Nipah Desa Malaka Kabupaten Lombok Utara.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah gastronomi menurut pakar gastronomi bernama Fossali, gastronomi adalah ilmu yang mempelajari tentang keterkaitan antara budaya dan makanan sebagai salah satu produk budaya.

Hal ini dikarenakan makanan memiliki fungsi sosial-budaya yang merupakan hasil

adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Gastronomi adalah seni atau ilmu tentang makanan yang baik (good eating). Gastronomi sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kenikmatan dari makan dan minum. Istilah gastronomi pertama kali muncul pada judul sebuah puisi di Prancis pada tahun 1801 (Berchoux, 1804 dalam Scarpato, 2002) yang berhubungan dengan kenikmatan dalam menikmati makanan dan minuman.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian yaitu Pantai Nipah Lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu di Dusun Nipah Desa Malaka kabupaten Lombok utara. Lokasi ini terfokuskan pada pantai Nipah, dan pedagang lapak-lapak kuliner ikan bakar yang terdapat pada 34 kedai lapak kuliner yang ada di pesisir pantai Nipah.

Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu lokasi strategis yang tengah dikembangkan sehingga memerlukan banyak aspek penunjang yang perlu dipersiapkan terutama aspek kuliner. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif atau dalam bentuk deskripsi. Sumber data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Serta data skunder yang diperoleh dari dokumen atau literatur dan jurnal ilmiah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi atau mengamati secara langsung aktivitas pariwisata yang berkaitan dengan pedagang kuliner. Pengumpulan data juga dilakukan dengan metode wawancara dengan beberapa tokoh seperti pedagang kuliner, kepala desa, wisatawan dan kelompok sadar wisata. Serta studi dokumentasi dengan mengutip beberapa data dari literatur jurnal maupun buku.

Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan matriks analisis SWOT. beberapa tahapan yaitu pemilihan data (data reduction, penyajian data (data display) dan Penarikan kesimpulan (conclusion) yang selanjutnya data dielaborasi dan dikaji menggunakan teori dan konsep.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi wisata kuliner Pantai Nipah:

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dapat dicermati beberapa potensi wisata yang dapat dijadikan daya tarik wisata khususnya di Pantai Nipah adapun potensi yang ada dan sudah dikembangkan sebagai berikut:

1. Produk Wisata Kuliner Ikan Bakar

Ikan bakar pantai Nipah menjadi salah satu alasan para wisatawan untuk mengunjungi pantai ini, dari hasil wawancara dengan pak udin (26 juni 2021) pemilik lapak kuliner di pantai Nipah, menjelaskan bahwa ikan bakar pantai Nipah merupakan salah satu menu yang dicari wisatawan lokal maupun mancanegara ketika hendak berlibur ke pantai Nipah ataupun setelah pulang dari Gili, Lebih lanjut lagi iwan suyadi (dalam wawancara, 01 juli 2021) ketua POKDARWIS Dusun Nipah, selain bumbunya yang sedikit pedas, jenis ikan yang banyak diminati yaitu ikan baronang dan kakap merah yang mana ikan tersebut masih segar di beli dari pemasok ikan yang ada di desa medana, di tambah lagi dengan kondimen pelecing kangkung dan beberuq terong bakar sehingga para pengunjung menikmati olahan ikan bakar tersebut dengan harga terjangkau, namun para pedagang ikan bakar di pesisir pantai Nipah belum bisa membuat variasi olahan seafood lainnya karna keterbatasan dalam teknik memasak, bahan baku, dan kurangnya pembinaan, dan pengetahuan. Kemudian (dalam

wawancara,02 juli 2021) dengan 2 orang pengunjung, mereka menyarankan agar menu di setiap lapak-lapak kuliner ikan bakar bisa membuat inovasi varian produk hasil lautnya, agar pengunjung bisa bebas dalam memilih dan menikmati olahan seafood lainnya. Seperti ; kerang asam manis, ikan kuah kuning, dll.

Dari hasil wawancara dengan ketua kelompok pedagang Pantai Nipah H. Udin (02 juli 2021), kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara ke Pantai Nipah sebelum adanya covid-19 kalau kita ambil rata-rata setiap minggu maka jumlahnya berkisaran 400-600 orang dalam satu minggu, untuk wisatawan mancanegara tetap didampingi oleh para pemandu wisata (Guiding) lokal, maupun pemandu yang dibawa langsung dari tempat awal wisatawan datang sebelum berkunjung.

2. Turtle Conservation:

Turtle konservasi adalah sebuah kelompok atau komunitas yang mengelola dan melindungi penyu dari kepunahan, maka dengan adanya banyak penyu yang naik ke pesisir Pantai Nipah yang bertelur para pemuda (POKDARWIS) mempunyai inisiatif membuat sebuah penangkaran penyu dan membuat wadah yang namanya turtle conservation community

Dari hasil wawancara dengan ketua POKDARWIS Iwan Suyadi (01 juli 2021), mengatakan bahwa kehadiran turtle ini mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang ke pantai Nipah, wisatawan bisa melihat bagaimana pengumpulan telur-telur penyu, bagaimana cara pelepasan penyu kelaut pada bulan-bulan tertentu dan bagaimana cara membudidayakannya. Di samping itu kehadiran turtle juga dapat menjadi alternatif setelah wisata kuliner ikan bakar di pantai Nipah.

3. sunset point:

Keindahan pantai Nipah mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan, hamparan pasir putihnya dan air laut yang biru menjadi pemandangan yang wisatawan akan dapatkan, dari hasil wawancara dengan buk Jurmiah (02 juli 2021) ketika menjelang sore pantai Nipah ramai dengan pengunjung yang ingin melihat sunset point sambil di temani dengan kuliner khasnya yaitu ikan bakar. Ketika melihat sunset wisatawan juga dapat melihat gunung agung, yang mana sunset ini terletak di tengah-tengah gunung agung.

4. Snorkeling:

Keindahan bawah laut pantai Nipah sudah tidak diragugakan lagi pasalnya air laut yang jernih mampu menarik perhatian wisatawan, di tambah dengan pasir putihnya menjadikan wisatawan untuk segera berenang, wisatawan bisa menyewa alat snorkeling pada POKDARWIS yang berada di panatai Npah dengan tariff Rp50,000/jam.

5. Wisata Batu Bolong

Salah satu destinasi yang bisa di jadikan untuk spot foto yaitu batu bolong yang terletak di dekat pantai Nipah, wisatawan bisa menggunakan sampan yang akan di antar oleh salah satu POKDARWIS pantai Nipah untuk menyebrang ke sana dengan membayar penyebrangan Rp, 50,000/sampan keindahan batubolong ini sangat memukau orang yang melihatnya, ditambah ketika kita menyelam menggunakan alat selam atau (diving) dibawah permukaan laut dekat batubolong terdapat patung penyu yang ditenggelamkan oleh para POKDARWIS.

Stretegi Pengembangan pedagang Kuliner pantai nipah .

Ragam potensi kuliner membutuhkan beberapa strategi yang tepat supaya menghasilkan inovasi produk kuliner yang menarik bagi wisatawan. sajian produk kuliner yang dihasilkan juga diharapkan mampu membantu para pedagang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penjelasan lain juga disampaikan oleh Harvey (2012:5) bahwa wisata

kuliner mampu menceritakan tentang warisan budaya dan seluruh kehidupan budaya masyarakat pada daerah tujuan wisata yang tentu akan membangun pengalaman baru bagi wisatawan. Mengacu dari pendapat tersebut maka potensi kuliner lokal yang ada perlu dikembangkan lagi supaya dapat dikenal dan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Menurut Kusuma (2015) ada dua faktor yang menghambat dalam pengembangan produk kuliner dilihat dari sisi faktor eksternal dan faktor internal antara lain:

- 1) Faktor eksternal : prosedur perijinan, biaya perijinan, kebijakan pemberdayaan, pembinaan dari pemerintah, sarana lokasi strategis, bantuan fasilitas dan peralatan usaha, prosedur pengajuan pinjaman.
- 2) Faktor internal : modal usaha, jaringan usaha/relasi, kualitas sdm, teknologi dan peralatan, promosi produk, pengelolaan keuangan, inovasi produk, merek dan kemasan, bahan baku. Untuk mendapatkan strategi yang tepat maka perlu dikaji faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti:

1. Faktor internal :

Dari sisi internal ada berbagai hambatan-hambatan, Modal usaha masih menggunakan modal sendiri untuk para pedagang. Kurangnya kemampuan pedagang dalam mengembangkan variasi olahan menu seafood. Masih mengandalkan bahan utama dari luar Desa. Kurangnya pengetahuan teknik metode memasak. Belum bisa menyesuaikan resep dengan keinginan pengunjung.

2. Faktor eksternal:

Hambatan yang membuat produk kuliner di Pantai Nipah ini menghadapi kesulitan dalam pengembangannya karena adanya berbagai faktor, sesuai dengan teori yang dikemukakan Kusuma (2015) yang menyatakan ada dua faktor yaitu: Lemahnya pembinaan dari pemerintah untuk memberikan pembinaan sosialisasi kepada para pedagang dalam membantu pengembangan olahan seafood, sarana lokasi masih menjadi hak milik orang yang mempunyai lahan, belum adanya bantuan fasilitas dan peralatan usaha yang terdapat di Pantai Nipah khususnya bantuan alat bagi para nelayan untuk mencari bahan utama ikan di tengah laut, belum ada asosiasi pedagang untuk membantu memfasilitasi dari segi pinjaman modal, karna pedagang masih menggunakan modal sendiri.

Faktor internal dan eksternal di atas, dianalisis menggunakan analisis SWOT, yang dapat digambarkan pada matriks 4.1. Tabel 1. Analisis SWOT Pengembangan Pedagang Kuliner Pantai Nipah strategi pengembangan berdasarkan matriks diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

Faktor Internal	Kekuatan (<i>strength</i>)	Kelemahana (<i>weakness</i>)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> Tempat strategis di pesisir pantai Kuliner ikan bakar yang sudah terkenal sejak lama. Adanya <i>Turtle Conservation</i>, sunset point dan batubolong yang bisa menjadi potensi wisata. Kemampuan pedagang dalam mengolah ikan bakar dapat menarik minat pengunjung untuk berwisata kuliner ikan bakar. Memiliki POKDARWIS. Memiliki lapak yang banyak 32 lapak kuliner ikan bakar. 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya kemampuan pedagang dalam mengembangkan variasi olahan menu seafood. Kurangnya pengetahuan teknik metode memasak. Belum bisa menyesuaikan resep dengan keinginan pengunjung. Belum ada peran pemerintah untuk berkolaborasi dalam pembinaan atau sosialisasi bagi para pedagang di pesisir pantai Nipah. Masih mengandalkan bahan utama dari luar desa.
Peluang (<i>opportunities</i>)	Strategi SO (<i>Strength Opportunities</i>)	Strategi WO (<i>Weakness Opportunities</i>)
<ol style="list-style-type: none"> Pantai Nipah Menjadi satu-satunya destinasi wisata kuliner yang sudah terkenal lama di KLU. Adanya <i>Turtle Conservation</i>, sunset point, dan wisata batubolong sebagai daya tarik destinasi. Meningkatnya jumlah pengunjung atau wisatawan dalam berwisata kuliner dan berwisata bahari. Menjadi pusat wisata kuliner di Nusa Tenggara Barat. Berkembangnya jumlah lapak kuliner. 	<p>Memanfaatkan kekuatan untuk menciptakan peluang seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjadikan wisata kuliner pantai Nipah sebagai ikon Desa Malaka, khususnya di bagian KLU. Menjadikan wisata kuliner pantai Nipah sebagai atraksi yang mampu menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Kemampuan pedagang dalam menghasilkan olahan ikan bakar dapat menciptakan wisata kuliner sebagai peluang memperbaiki perekonomian. Dapat berkolaborasi dengan POKDARWIS dalam promosi dan penataan lapak-lapak agar terlihat rapi sehingga wisatawan bisa memilih tempat yang nyaman. potensi-potensi lainnya seperti <i>turtle conservation</i>, <i>sunset point</i> 	<p>Mengatasi kelemahan-kelemahan dengan menggunakan peluang seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ibu-ibu PKK harusnya bisa Mengadakan pelatihan-pelatihan atau edukasi untuk mempraktikkan olahan seafood. Belum bisa menyesuaikan resep dengan keinginan pengunjung. Belum ada peran pemerintah untuk berkolaborasi dalam pembinaan atau sosialisasi bagi para pedagang di pesisir pantai Nipah, terutama dalam mendedikasikan olahan dan cara memasak hasil laut (<i>seafood</i>). Bahan baku yang utama (<i>seafood</i>) yang belum bisa di ambil dari pantai Nipah sendiri, masih mengandalkan memasok ikan dari luar desa diharapkan pemerintah desa
Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi ST (<i>Strength Threat</i>)	Strategi WT (<i>Weakness Threat</i>)
<ol style="list-style-type: none"> Banyaknya wisata kuliner yang sudah di temui di pesisir pantai dengan mengandalkan menu ikan bakar. Wisata kuliner pantai Nipah bisa tergeser dengan pantai yang lebih dekat dengan kota. Lemahnya SDM dalam pengelolaan bahan baku yang ada. Pemahaman pedagang dalam teknik memasak <i>seafood</i> tidak berkembang. 	<p>Memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kesadaran pedagang dalam mengembangkan olahan variasi menu seafood dengan cara sosialisasi pemerintah. Mengembangkan ciri khas yang ada di pantai nipah dan keunikan yang ada di dalamnya agar tidak tergeser dengan wisata kuliner pantai lain. Memberikan bantuan kepada nelayan untuk bisa mengambil bahan baku utama di pantai sendiri, sehingga bisa membantu SDM masyarakat setempat. Memanfaatkan pemerintah desa atau ibu-ibu PKK dalam membantu pedagang dari segi pengetahuan tentang memasak atau mempelajari resep. 	<p>Mengatasi kelemahan untuk menangkali ancaman seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengikut sertakan masyarakat, pedagang, dan POKDARWIS dalam mengembangkan wisata kuliner yang sudah ada khususnya dalam menginovasikan menu. Meningkatkan SDM agar pedagang dan masyarakat lebih cerdas dalam mengolah menu- menu kuliner lainnya. Pemerintah Desa Memberikan pembelajaran kepada pedagang dalam menulis dan membaca resep, dan memberika bantuan pada nelayan untuk bisa berkembang dalam memajukan SDM dengan cara mengambil ikan d pantai Nipah, dan berhenti untuk memasok ikan dari luar Desa.

Tabel 1. Analisis SWOT Pengembangan Pedagang Kuliner Pantai Nipah

1. Strategi SO (Strength-Opportunities)

Mengkemas potensi-potensi wisata kuliner pantai Nipah yang ada, dalam bentuk paket wisata kuliner. Menambah kemampuan para pedagang dalam menyajikan olahan ikan (*seafood*) lainnya.

2. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Mengadakan pelatihan-pelatihan atau pembinaan yang berkaitan dengan peningkatan kreativitas, dan kemampuan pedagang dalam mengembangkan suatu inovasi produk kuliner sebagai produk wisata, serta memberikan kesempatan bantuan kepada masyarakat dalam memberika alat-alat untuk bisa mencari hasil laut di pantai sendiri khususnya dalam hal bahan baku utama.

3. Strategi ST (Strength Threat)

Mengajak pedagang melalui pelibatan dalam kegiatan-kegiatan pembinaan sosialisasi produk kuliner yang di adakan oleh ibu PKK taupun dinas terkait, serta melatih pedagang dan masyarakat supaya memiliki kesadaran dalam memanfaatkan potensi sebagai sesuatu yang bernilai ekonomi.

4. Strategi WT (Weakness-Threat)

Mengadakan suatu musyawarah dan pelatihan dengan mengikutsertakan pedagang dan masyarakat untuk mengetahui dan memahami pentingnya peran wisata kuliner yang ada di pantai Nipah bagi destinasi wisata kuliner agar bisa mengembangkan dan meghasilkan produk kuliner yang beragam khususnya dalam mengolah seafood.

PENUTUP

Kesimpulan

Hambatan dalam pengembangan produk bisa di lihat dari faktor internal dimana para pedagangbelum bisa menyusun menu dan kurang pengetahuan dalam metode memasak. Seperti ikan laut yang hanya di bakar dan di goreng saja sedangkan yang kita ketahui jenis hidangan seafood beragam khususnya pada olahan ikan bisa saja ikan kuah bumbu kuning, sepat ikan , pepes ikan dan lain-lainnya. Secara eksternal masih lemahnya pembinaan sosialisasi dari dinas terkait untuk para pedagang kuliner Pantai Nipah dalam membantu mengembangka olahan hasil laut di samping itu juga ada sarana lokasi yang menjadi hak milik orang lain sehingga bantuan- bantuan fasilitas tidak bisa diberikan kepada pedagang di samping itu juga belum adanya asosiasi khusus untuk pedagang. Hambatan utama dalam pengembangan produk kuliner adalah kemampuan pedagang dalam mengolah menu seafood karena kurang pembinaan dan pelatihan dari dinas terkait, tempat berjualan yang masih menjadi hak milik orang lain sehingga kapan saja bisa tergusur.

Strategi pengembangan yang dapat dilakukan yaitu Strategi SO (Strength-Oportunities) mengkemas potensi-potensi wisata kuliner pantai Nipah yang ada, dalam bentuk paket wisata kuliner. Strategi WO (Weakness-Opportunity) mengadakan pelatihan-pelatihan atau pembinaan yang berkaitan dengan peningkatan kreativitas, dan kemampuan pedagang dalam mengembangkan suatu inovasi produk kuliner sebagai produk wisata dan selalu memperhatikan hygiene sanitasi serta protocol kesehatan. Strategi ST (Strength Threat) mengajak pedagang melalui pelibatan dalam kegiatan-kegiatan pembinaan sosialisasi produk kuliner yang di adakan oleh ibu PKK taupun dinas terkait, serta melatih pedagang dan masyarakat supaya memiliki kesadaran dalam memanfaatkan potensi sebagai sesuatu yang bernilai ekonomi. Strategi WT (Weakness-Threat) mengadakan suatu musyawarah dan pelatihan dengan mengikutsertakan pedagang dan masyarakat untuk mengetahui dan memahami pentingnya peran wisata kuliner yang ada di pantai Nipah bagi destinasi wisata kuliner agar bisa mengembangkan dan meghasilkan produk kuliner yang beragam khususnya

dalam mengolah seafood.

Saran

- 1) Pelibatkan masyarakat lebih banyak terutama ibu-ibu PKK dalam memerikan bantuan pelatihan mengolah hasil laut.
- 2) Pelatihan kuliner diperbanyak dengan melibatkan Perguruan Tinggi Pariwisata dan dinas terkait.
- 3) Perhatian pemerintah desa dan kabupaten terhadap para pedagang di objek wisata Pantai Nipah yang berjualan kuliner sebagai daya tarik wisata harus dipastikan soal status tempat mereka berjualan yang memang masih menjadi milik orang lain agar pedagang tidak digusur kemudian hari.
- 4) Ada upaya pengelola Pantai Nipah (POKDARWIS) untuk menambah atraksi wisata yang lain agar wisatawan lebih banyak yang datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buku profil (2020) Desa Malaka Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara
- [2] Disparda Provinsi NTB. 2020. Direktori Data Usaha Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.
- [3] Esterik P. 2008. Food Culture in Southeast Asia. London: Greenwood Press.
- [4] Gaztelumendi, (2012). East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- [5] G. Gheorghe, P. T. (2014). Gastronomic Tourism, A New Trend For Contemporary Tourism. *Cactus Tourism Journal* Vol.9, Issue I, 12-21.
- [6] Hussin, H. (2018). Gastronomy, Tourism, and the Soft Power of Malaysia. *Sage Journal*, 1-11.
- [7] Ibnu Sasongko, Arief Setiawan, Yulianus S Purnama (2020), Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang.
- [8] Kotler., Philip., & Keller, K. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- [9] Kusuma (2015), faktor penghambat perkembangan produk, jakarta indonesia.
- [10] LB. Ruth Florida W. M. Hutabarat (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. 1,24-106
- [11] Lupiyoadi (2006) pengembangan produk dan konsep. nilai jual produk 23-33
- [12] Megawati (2016) analisis data, metode analisis data. 25-39
- [13] Morrison (2002) jurnal produk dari industri hospitality, definisi produk kuliner.
- [14] (Muldrajad, 2007). Kajian teori, pengertian kajian teori, Gramedia Pustaka Utama
- [15] Rangkuti, Freddy. 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- [16] Subagyo, P. Joko. 2004. Metode Penelitian. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [17] Suryadana. (2010). Pengelolaan Daya Dukung Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan.
- [18] Suharsimi, A. (2013). Metodologi penelitian. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [19] Suteja, W., Wahyuningsih, S. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Open Journal Systems*, 13(7), 1397-1404.

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/>

- [20] Sukandarrumidi. 2004. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- [21] Suharsimi, A. (2013). Metodologi penelitian. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [22] UNWTO. 2017. Global Report on Food Tourism. cf.cdn.unwto.org. (diakses 2020)
- [23] Wilopo dan Hakim. 2017. Strategi pengembangan. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 41. No 1. Januari 2017.

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN