

TESIS

**STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI
SEKITAR PANTAI LOSARI MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

DIAN RAMADHANI ZULKARNAIN

P022191028



**PROGRAM STUDI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN WILAYAH
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI
SEKITAR PANTAI LOSARI MAKASSAR**

*STRATEGY FOR DEVELOPING A CULINARY TOURISM AREA
AROUND LOSARI BEACH IN MAKASSAR*

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Perencanaan dan Pengembangan Wilayah

Disusun dan diajukan oleh

DIAN RAMADHANI ZULKARNAIN

P022191028

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS
STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI
SEKITAR PANTAI LOSARI MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

DIAN RAMADHANI ZULKARNAIN

P022191028

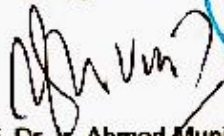
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah
Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin


Pada tanggal 31 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi Syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

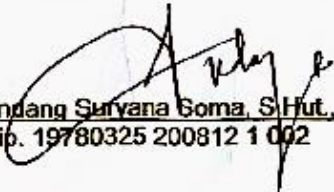
Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. Y. Ahmad Munir, M.Eng
Nip. 19620727 198903 1 003


Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si
Nip. 19680702 199303 1 003

Ketua Program Studi
Perencanaan dan Pengembangan Wilayah

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin


Andang Suryana Goma, S.Hut., MP., Ph.D
Nip. 19780325 200812 1 002


Prof. Dr. Juhdi, Ph.D., SP.M(K), M.Med Ed
Nip. 1966/231 198503 1 009



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dian Ramadhani Zulkarnain

Nomor Mahasiswa : P022191028

Program Studi : Perencanaan dan Pengembangan Wilayah

Jenjang : S2

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 1 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Dian Ramadhani Zulkarnain

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah Rabbi 'Alamin, segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan semesta alam atas rahmat dan dan karunia-Nya, serta berkat taufik dan hidayah-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa penulis mengirimkan salam dan shalawat kepada junjungan umat Islam Rasulullah Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam.

Ucapan terima kasih serta doa terbaik penulis haturkan kepada orangtua penulis, Bapak Zulkarnain dan Ibu Helmi, serta kepada kedua mertua penulis Bapak Muhammad Darmin dan Ibu Paradiba Samad atas dorongan dan motivasi yang diberikan. Kepada suami penulis Abd. Malik Darmin, SE atas dukungan yang luar biasa selama ini, serta kepada saudara-saudari penulis yang telah banyak membantu. Kepada para sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dalam berlangsungnya penelitian ini Saudara Yossi Findarta Pratama, SE., MM., Amirullah, ST., M.Si., Muh. Irfan, ST., M.Eng., M.URP., Rizky Widyasari Syam, ST., M.Si., St. Suryani, ST., MM., dan Rahmat Yudha Prawira, ST., M.Si.

Seiring waktu, proses penelitian ini tentu saja mengalami banyak kendala, baik pada saat pengambilan data, proses analisis dan penyelesaiannya. Namun, berkat rahmat Allah Subhanahu Wa Ta'ala penulis dapat menyelesaikan dengan baik sesuai dengan target yang diharapkan. Terima kasih sebesar-besarnya kami haturkan kepada Bapak

Prof. Dr. Ir. Ahmad Munir, M.Eng dan Bapak Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si atas bimbingan dan arahnya selama penyusunan tesis ini.

Hal yang melatarbelakangi penulisan tesis ini adalah untuk melakukan kajian secara kuantitatif dan kualitatif terkait pengembangan kawasan sentra wisata kuliner kaki lima di sekitar Pantai Losari Makassar berkaitan dengan belum optimalnya penataan kawasan wisata kuliner tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah untuk selanjutnya dapat mewujudkan pembenahan bagi fasilitas dan juga penataan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar sehingga pada akhirnya dapat memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan wilayah khususnya peningkatan perekonomian di Kota Makassar.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Hasanuddin Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc., Dekan Sekolah Pascasarjana Prof. dr. Budu, Ph.D., SP.M(K), M.Med.Ed., Ketua Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Bapak Andang Suryana Soma, S.Hut., MP., Ph.D dan kepada para dewan penguji Prof. Dr. Ir. Ambo Tuwo, DEA., Dr. Ir. Roland A. Barkey dan Andi Reni, SE., M.Si., Ph.D., serta para dosen pengampu mata kuliah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penelitian berjalan lancar, yaitu Bapak M. Roem, S.STP., M.Si selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Makassar. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan

kepada Pemerintah Sulawesi Selatan yang telah memberikan kami kesempatan untuk memperoleh beasiswa dari Bappenas sehingga dapat melanjutkan ke jenjang Magister di Universitas Hasanuddin. Serta kepada para ASN Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan yang senantiasa menjadi kawan berbagi dan mencari solusi dalam menjalani Tugas Belajar di Universitas Hasanuddin. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa Perencanaan dan Pengembangan Wilayah secara keseluruhan dan terkhusus kepada Karyasiswa Bappenas Tahun 2019, para staf akademik yang turut membantu terkhusus kepada Kak Umy, Ibu Ida, Ibu Fani, semua staf, serta para *security* dan *cleaning service* yang melayani mahasiswa dengan sabar dan ikhlas begitu pula semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tesis ini tentu saja masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan, namun peneliti berharap agar tesis ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Makassar, 1 Agustus 2023

Dian Ramadhani Zulkarnain

ABSTRAK

DIAN RAMADHANI ZULKARNAIN. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sekitar Pantai Losari Makassar. (dibimbing oleh **Ahmad Munir** dan **Mahyuddin**)

Kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar merupakan sentra wisata kuliner khas Kota Makassar yang didominasi oleh pedagang kaki lima. Namun, kegiatan di kawasan wisata kuliner tersebut belum berjalan dengan baik dikarenakan pengembangan dan penataan kawasan wisata kuliner yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar dan merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar. Penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Ruang lingkup yang dianalisis untuk mengidentifikasi potensi kawasan wisata kuliner adalah komponen atraksi, amenitas, aksesibilitas dan kelembagaan dengan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif serta analisis SWOT dan AHP untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar berada pada potensi yang tinggi untuk dikembangkan. Alternatif strategi yang direkomendasikan adalah memaksimalkan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar sebagai destinasi wisata kuliner unggulan, memanfaatkan berbagai keragaman atraksi pendukung yang ada di sekitar kawasan wisata kuliner, memaksimalkan pemanfaatan teknologi dan berbagai media dalam memberikan informasi serta promosi kawasan wisata kuliner, serta menjalin kerja sama dengan pihak lainnya untuk pengembangan kawasan wisata kuliner. Prioritas utama strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar adalah menjalin dan memperluas kerja sama dengan pihak lainnya terkait pengembangan kawasan wisata kuliner dengan nilai bobot 0,45 atau 45%.

Kata kunci: *strategi, pengembangan, wisata kuliner, SWOT, AHP*

ABSTRACT

DIAN RAMADHANI ZULKARNAIN. *Strategy for Developing A Culinary Tourism Area Around Losari Beach In Makassar.* (supervised by **Ahmad Munir** and **Mahyuddin**)

The culinary tourism area around Losari Beach is a culinary tourism center typical of Makassar City which is dominated by street vendors. However, activities in the culinary tourism area have not gone well because the development and arrangement of the culinary tourism area have not been optimal. This study aims to analyze the potential of culinary tourism areas around Losari Beach and formulate appropriate strategies for developing culinary tourism areas around Losari Beach. The research used is a qualitative and quantitative research approach with a descriptive research type. The scope analyzed to identify the potential for culinary tourism areas is the attractions, amenities, accessibility, and institutional components with qualitative and quantitative descriptive analysis as well as SWOT and AHP analysis to formulate appropriate strategies in developing culinary tourism areas around Losari Beach. The results of the study indicate that the culinary tourism area around Losari Beach has a high potential to be developed. The alternative strategy recommended is to make the culinary tourism area around Losari Beach a leading culinary tourism destination, utilize a variety of supporting attractions around the culinary tourism area, optimize the use of technology and various media in providing information and promotion of culinary tourism areas, and establish cooperation with other parties for the development of culinary tourism areas. The main priority of the strategy for developing a culinary tourism area around Losari Beach is to collaborate with other parties related to the development of a culinary tourism area with a weight value of 0.45 or 45%.

Keywords: *strategy, development, culinary tourism, SWOT, AHP*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pariwisata.....	8
B. Kawasan Pariwisata	9
C. Klasifikasi Pariwisata.....	11
D. Wisata Kuliner	13
E. Komponen Pengembangan Pariwisata	14
1. Komponen penawaran (<i>supply</i>) pariwisata	14
2. Komponen permintaan (<i>demand</i>) pariwisata	18
F. Analisis SWOT	18
G. <i>Analitycal Hierarchy Process</i> (AHP).....	22

H.	Penelitian Terdahulu	28
I.	Kerangka Konsep Penelitian	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
A.	Waktu dan Lokasi Penelitian	34
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
C.	Jenis dan Sumber Data	35
D.	Teknik Pengumpulan Data	36
E.	Populasi dan Sampel	37
F.	Teknik Analisis Data	38
1.	Menganalisis Potensi Kawasan Wisata Kuliner	39
2.	Merumuskan Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner	43
G.	Definisi Operasional	47
H.	Matriks Penelitian	50
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A.	Gambaran Umum Wilayah Penelitian	52
1.	Kota Makassar	52
2.	Pariwisata Kota Makassar	57
B.	Potensi Kawasan Wisata Kuliner	59
1.	Potensi Kawasan Wisata Kuliner Berdasarkan Aspek Penawaran Pariwisata	59
2.	Potensi Kawasan Wisata Kuliner Berdasarkan Aspek Permintaan Pariwisata	67
C.	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner	80
1.	Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	81
2.	Analisis Faktor Strategis Internal dan Eksternal (IFAS-EFAS)	82
3.	Analisis Matriks SWOT	88
4.	Analisis AHP	92
BAB V	95

PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	102
Lampiran 1. Pedoman Wawancara dengan Instansi Terkait.....	102
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Penelitian untuk Pedagang	106
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Penelitian untuk Pengunjung	108
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian untuk Analisis SWOT	110
Lampiran 5. Lembar Kuesioner Prioritas Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sekitar Pantai Losari Makassar (AHP)	117
Lampiran 6. Kuesioner penelitian karakteristik pengunjung	121
Lampiran 7. Hasil Kuesioner Karakteristik Pengunjung/Wisatawan	124
Lampiran 8. Hasil Kuesioner <i>Expert</i> SWOT	127
Lampiran 9. Hasil Kuesioner <i>Expert</i> AHP.....	127

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Matriks SWOT.....	22
Tabel 2. Skala perbandingan berpasangan pada AHP	26
Tabel 3. Penelitian terdahulu	28
Tabel 4. Jenis dan sumber data.....	35
Tabel 5. Skoring kelas potensi	41
Tabel 6. Parameter penilaian potensi berdasarkan komponen penawaran pariwisata	42
Tabel 7. Matriks Perbandingan Berpasangan AHP.....	47
Tabel 8. Matriks Penelitian.....	50
Tabel 9. Penilaian potensi kawasan wisata kuliner sekitar Pantai Losari Makassar.....	67
Tabel 10. Faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT	81
Tabel 11. Hasil skor pembobotan faktor internal.....	83
Tabel 12. Hasil skor pembobotan faktor eksternal	84
Tabel 13. Matriks strategi hasil analisis SWOT	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Jumlah kunjungan wisatawan di Kota Makassar Tahun 2017-2021	2
Gambar 2. Diagram garis jumlah rumah makan dan restoran di Kota Makassar Tahun 2016-2019	3
Gambar 3. Diagram SWOT	21
Gambar 4. Struktur Hierarki AHP.....	23
Gambar 5. Kerangka konsep penelitian.....	33
Gambar 6. Peta Lokasi Penelitian	34
Gambar 7. Bagan hierarki strategi prioritas pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari.....	46
Gambar 8. Jarak Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin ke Pantai Losari.....	61
Gambar 9. Hotel dan penginapan di sekitar kawasan wisata kuliner Pantai Losari Makassar	62
Gambar 10. Identifikasi wisatawan berdasarkan jenis kelamin.....	68
Gambar 11. Identifikasi wisatawan berdasarkan usia.....	70
Gambar 12. Identifikasi wisatawan berdasarkan pekerjaan.....	71
Gambar 13. Identifikasi wisatawan berdasarkan pendidikan	72
Gambar 14. Identifikasi Wisatawan berdasarkan jumlah penghasilan....	73
Gambar 15. Identifikasi wisatawan berdasarkan daerah asal.....	74
Gambar 16. Identifikasi wisatawan berdasarkan tipe kunjungan	75
Gambar 17. Identifikasi wisatawan berdasarkan transportasi yang digunakan	76
Gambar 18. Identifikasi wisatawan berdasarkan lama kunjungan	77
Gambar 19. Identifikasi wisatawan berdasarkan sumber informasi wisata	78
Gambar 20. Identifikasi wisatawan berdasarkan motivasi kunjungan.....	79

Gambar 21. Posisi strategi pada diagram cartesius SWOT.....	86
Gambar 22. Nilai bobot global prioritas alternatif dalam menentukan strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar	94

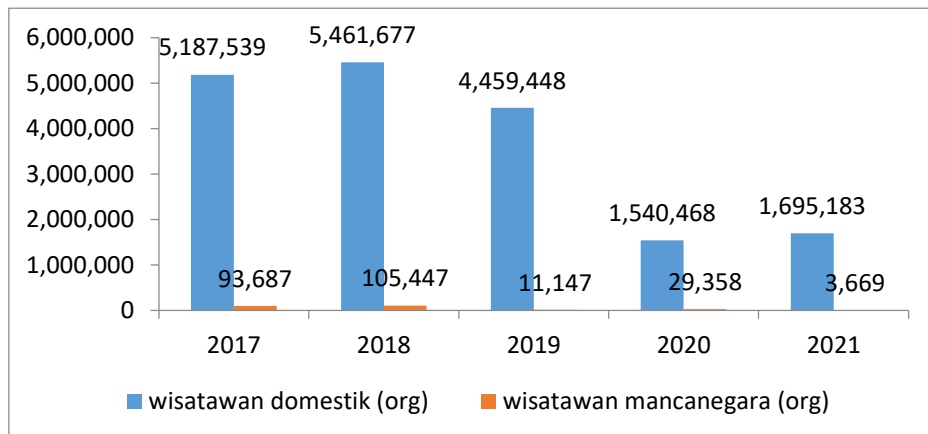
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata saat ini tengah menjadi aspek pembangunan yang semakin berkembang sejak abad ke-21 dimana setiap daerah berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki (Kusumastuti, 2016). Salah satu kota yang terkenal dengan potensi wisatanya adalah Kota Makassar. Selain kekayaan potensi objek daya tarik wisata, Kota Makassar juga terkenal dengan wisata kulinernya. Wisata kuliner dapat menjadi alternatif dalam pengembangan industri pariwisata yang tidak boleh dipandang sebelah mata, sebab sebagian besar pengeluaran wisatawan digunakan untuk kebutuhan kuliner.

Jumlah kunjungan wisatawan di Kota Makassar yang disajikan pada Gambar 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2019 dan 2020 terjadi penurunan kunjungan wisatawan secara drastis akibat pandemi, serta pada tahun 2021 jumlah kunjungan mulai berangsur meningkat namun belum pulih sepenuhnya. Hal ini menjadi peluang pengembangan wisata kuliner di Kota Makassar dalam memulihkan perekonomian dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung. Disamping itu, pengembangan wisata kuliner juga tidak lepas dari upaya pelestarian kuliner khas daerah yang mulai tergeser oleh masuknya produk-produk kuliner asing.



Gambar 1. Jumlah kunjungan wisatawan di Kota Makassar Tahun 2017-2021

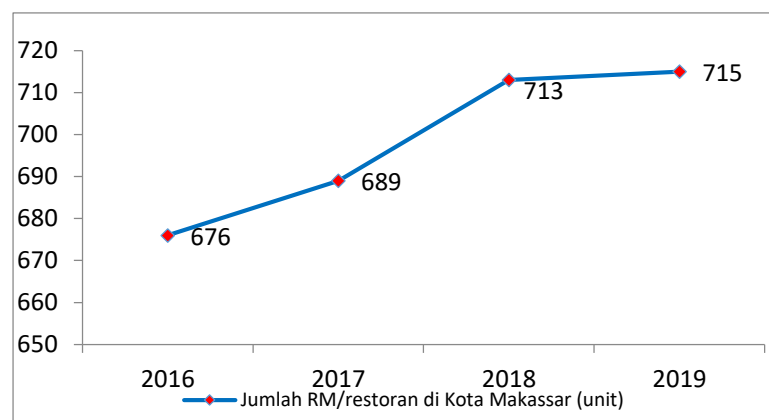
Sumber: Dinas Pariwisata Kota Makassar, 2022

Dewasa ini, wisata kuliner memainkan peran penting dalam industri pariwisata karena merupakan salah satu faktor utama bagi wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Kegiatan makan di luar adalah hal yang paling umum bagi setiap wisatawan dan yang lebih penting mereka ingin menjelajahi masakan lokal dan tradisional suatu daerah. Wisata kuliner tidak berarti bahwa wisatawan hanya akan sering makan, tetapi wisatawan kuliner mencari pengalaman kuliner baru, beberapa mungkin ingin menjelajahi restoran baru, sementara yang lain mungkin lebih suka makanan di pinggir jalan.

Wisata kuliner di Kota Makassar merupakan pendukung potensi wisata lainnya. Wisata kuliner ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari jenis wisata yang ada, karena tidaklah lengkap jika wisatawan yang datang tidak mencoba kuliner dan oleh-oleh khas Kota Makassar. Dengan demikian, hal ini dapat memicu pertumbuhan ekonomi regional yang

menghasilkan kesempatan kerja dan meningkatkan standar hidup karena adanya peningkatan pendapatan masyarakat.

Pertumbuhan wisata kuliner di Kota Makassar saat ini tergolong cepat, hal ini dibuktikan dengan adanya pertumbuhan tempat-tempat yang menyediakan aneka makanan dan/atau jajanan di Kota Makassar dari tahun 2016 sampai tahun 2019 (Gambar 2).



Gambar 2. Diagram garis jumlah rumah makan dan restoran di Kota Makassar Tahun 2016-2019

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Makassar, 2021

Pengembangan kawasan wisata kuliner Kota Makassar ini tertuang dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Makassar Tahun 2015-2034 yang menyatakan bahwa salah satu strategi penguatan atmosfer tata ruang berciri “Makassar” yang kuat adalah dengan pengembangan dan penyebaran sentra-sentra kuliner Makassar secara terpadu serta menetapkan dan mempertahankan kawasan yang memiliki ciri khas dan berkarakter dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya. Kawasan peruntukan wisata kuliner ini ditetapkan di sebagian wilayah Kecamatan Ujung Pandang, sebagian wilayah Kecamatan Ujung Tanah dan sebagian wilayah Kecamatan Wajo.

Salah satu kawasan wisata kuliner yang terkenal di Kota Makassar adalah sentra kuliner pedagang kaki lima yang terdapat di sekitar Pantai Losari Makassar. Kawasan kuliner ini menawarkan berbagai kuliner khas daerah Makassar dan juga panorama pantai yang begitu indah saat matahari akan terbenam. Pada umumnya, sentra kuliner pedagang kaki lima di sekitar Pantai Losari ini mulai buka pada pukul 15.00 sampai pukul 00.00 waktu setempat.

Dalam pelaksanaannya, walaupun kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari ini sudah cukup dikenal masyarakat, namun sektor wisata merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang bersifat dinamis serta membutuhkan berbagai inovasi dan strategi dalam meningkatkan daya saing wisata. Selain itu, penataan dan pengaturan kondisi kawasan wisata kuliner yang belum optimal dan kebersihan kawasan wisata kuliner yang kurang terjaga juga akan berdampak pada aktivitas di sekitar kawasan wisata kuliner. Beberapa akibat yang sering dikeluhkan adalah kemacetan lalu lintas dan lama waktu tempuh perjalanan yang pada dasarnya akan menghambat pertumbuhan Kota Makassar itu sendiri.

Oleh karena itu, melalui studi ini akan dikaji tentang potensi kawasan wisata kuliner dengan memperhatikan komponen-komponen pariwisata yang merupakan faktor penentu keberhasilan pengembangan suatu kawasan wisata. Selain itu, juga akan dikaji penentuan strategi prioritas pengembangan kawasan wisata kuliner sehingga dapat memicu peningkatan daya saing objek wisata kuliner dan dapat berkontribusi positif

terhadap pengembangan wilayah, khususnya peningkatan perekonomian Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang ada di sekitar Pantai Losari Makassar. Namun demikian, tidak optimalnya penataan dan pengaturan kawasan wisata kuliner akan menjadi masalah yang tidak hanya berdampak secara fisik, namun akan berdampak pada aktivitas di sekitar kawasan wisata kuliner. Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut:

- A. Bagaimana potensi kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar?
- B. Bagaimana strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis potensi kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar;
2. Merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Kegunaan bagi penulis, dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis dalam memperluas wawasan dan memperoleh pengetahuan empirik penerapan manajemen perencanaan;
2. Kegunaan teoritis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian di masa yang akan datang mengenai pengembangan pariwisata daerah;
3. Kegunaan praktis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Pemerintah Kota Makassar sebagai suatu bahan masukan dalam perumusan kebijakan pengembangan wisata kuliner di Kota Makassar, khususnya di kawasan Pantai Losari.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai, maka ruang lingkup penelitian ini mencakup:

1. Batasan wilayah penelitian ditetapkan di kawasan kuliner sekitar Pantai Losari, yakni sentra kuliner pedagang kaki lima yang mulai buka pada pukul 15.00 sampai pukul 00.00 di Jalan Penghibur,

Kelurahan Losari, Kecamatan Ujung Pandang, Kota Makassar.

Kuliner yang dipilih adalah kuliner khas Kota Makassar.

2. Waktu penelitian pada bulan November 2021 – Januari 2022.
3. Kriteria penilaian potensi kawasan wisata kuliner terkait aspek penawaran pariwisata didasarkan pada parameter atraksi, aksesibilitas, amenitas dan kelembagaan. Kriteria penilaian potensi kawasan wisata kuliner terkait aspek permintaan didasarkan atas informasi yang diperoleh melalui kuesioner karakteristik pengunjung.
4. Lingkup pembahasan berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mendukung serta menghambat pengembangan kawasan wisata kuliner untuk merumuskan strategi yang paling tepat dalam pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Pantai Losari.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pariwisata

Kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, dan komponennya meliputi “pari”, berarti lengkap, berkeliling; “wis(man)” berarti rumah, properti, desa, komunitas, dan “ata” berarti melanjutkan, mengembara. Jadi pariwisata dapat diartikan sebagai berjalan terus menerus tanpa niat untuk tinggal di tempat tujuan perjalanan (Suwanto, 2004).

UNWTO (2012) sebagai organisasi pariwisata dunia mendefinisikan pariwisata sebagai tindakan bepergian, tinggal di luar rumah dan lingkungan seseorang selama tidak lebih dari satu tahun untuk bisnis, perjalanan, atau alasan lain tanpa harus bekerja di tempat tersebut. Pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala yang berhubungan dengan tinggalnya seseorang di suatu daerah bukan untuk suatu pekerjaan dengan menghasilkan keuntungan yang bersifat permanen atau sementara.

Menurut Robinson dalam Pitana & Gayatri (2005), manusia berpindah ke tempat baru untuk mencari sesuatu yang belum pernah mereka alami sebelumnya, menjelajahi daerah baru dan mencari pengalaman baru. Dalam arti sempit, pariwisata adalah pergerakan orang untuk sementara waktu meninggalkan rumahnya untuk berpesiar ke tempat lain semata-mata sebagai konsumen produk ekonomi dan budaya dalam

memenuhi kebutuhan pribadi dan budayanya atau keinginan yang beragam. Pariwisata didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang melibatkan orang-orang dengan maksud memperoleh kesenangan dan memuaskan keinginan untuk mempelajari sesuatu yang baru dalam jangka waktu tertentu bukan untuk mencari nafkah dan berdampak bagi ekonomi masyarakat.

Mathieson dan Wall dalam Pitana & Diarta (2009) menyatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu:

1. *a dynamic element*, yaitu travel ke suatu destinasi wisata;
2. *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan; dan
3. *a consequential element*, atau akibat dari dua hal di atas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.

Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata jika memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu:

1. harus bersifat sementara;
2. harus bersifat sukarela dalam arti tidak terjadi paksaan;
3. tidak bekerja yang menghasilkan upah atau bayaran.

B. Kawasan Pariwisata

Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang menyebutkan bahwa kawasan adalah wilayah yang memiliki fungsi utama lindung atau budidaya. Lebih lanjut dalam regulasi tersebut dijelaskan

maksud dari wilayah adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif dan/atau aspek fungsional (Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang). Kawasan wisata, jika ditelaah dari dua komponen kata, yaitu kawasan adalah wilayah dengan batas-batas yang ditentukan berdasarkan fungsi tertentu, wisata dapat diartikan perjalanan atau kunjungan seseorang atau sekelompok orang ke suatu tempat. Sehingga, kawasan wisata adalah wilayah yang memiliki objek dan daya tarik wisata yang dikunjungi oleh seseorang atau sekelompok orang.

Gunn dalam Pramudia (2008) mengidentifikasi satuan kawasan wisata sebagai sejumlah prinsip perencanaan pariwisata untuk dijadikan acuan proyek pembangunan pariwisata, salah satunya yaitu pengelompokan. Pengelompokan fasilitas dan daya tarik pada suatu kawasan akan membuat pengunjung lebih nyaman. Pengelompokan juga terbukti lebih efisien dalam biaya infrastruktur dan biaya per-unit fasilitas pengelolaan lebih rendah pada fasilitas yang dikelompokkan dengan mempertimbangkan kebijakan pemerintah, kemiripan daya tarik dan kedekatan objek wisata secara spasial (Pramudia, 2008).

Konsep satuan kawasan wisata akan memberikan dampak positif secara keruangan dan lebih menguntungkan di dalam pengembangan pariwisata, antara lain: memudahkan kontrol/pengawasan, pengelolaan dan pemeliharaan objek wisata; memiliki faktor kedekatan jarak/akses

antara satu objek wisata dengan objek wisata lain; pembangunan sarana dan prasarana akan membutuhkan biaya investasi yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan objek wisata yang tersebar; potensi pengembangan wilayah lebih besar karena pengembangan objek-objek wisata berada dalam kantong-kantong *cluster* (Pramudia, 2008).

C. Klasifikasi Pariwisata

Menurut Suryadana & Octavia (2015), pariwisata berdasarkan jenisnya dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu :

1. Wisata alam, yang terdiri dari :
 - a. Wisata pantai (*marine tourism*), merupakan kegiatan pariwisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - b. Wisata etnik (*ethnic tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - c. Wisata cagar alam (*ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
 - d. Wisata buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang

dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

- e. Wisata agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan dimana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan tinjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman sekitarnya.

2. Wisata sosial-budaya, yang terdiri dari :

- a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle field*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara;
- b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, maupun dengan tema khusus lainnya.

Menurut UNWTO (2017) wisata kuliner di Indonesia diklasifikasikan sebagai wisata budaya karena dipengaruhi secara seimbang oleh sejarah,

budaya dan kuliner yang saling mempengaruhi melalui aspek yang lebih spesifik.

D. Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain, wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut (Fadiati, 2011). Lebih lanjut dikemukakan oleh Hall & Mitchell (2006) yang menyatakan bahwa wisata kuliner bukanlah sesuatu yang megah dan eksklusif seperti kemewahan sebuah restoran dan kelengkapan jenis makanan dan minuman yang ditawarkan, tetapi lebih menekankan pada sebuah pengalaman kuliner yang unik dan berkesan.

World Tourism Organization (UNWTO) menyatakan bahwa budaya lokal dapat diserap melalui wisata kuliner karena telah menjadi salah satu bagian pariwisata yang paling dinamis dan kreatif (UNWTO, 2017). Selain itu, UNWTO (2012) mengklaim bahwa 88,2% destinasi menganggap kuliner sebagai elemen strategis dalam menentukan citra suatu destinasi wisata. Tren ini diperkuat dengan semakin banyaknya publikasi yang menganalisis wisata kuliner dari perspektif pemasaran. Konferensi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Perdagangan dan Pembangunan (UNCTAD), menganggap wisata kuliner sebagai payung warisan budaya, bersama dengan kerajinan, ekspresi budaya tradisional, festival dan situs budaya

(UNCTAD, 2008). Dalam beberapa tahun terakhir wisata kuliner telah menjadi elemen yang sangat diperlukan untuk mengenal budaya dan gaya hidup suatu wilayah (UNWTO, 2012).

Keterkaitan antara makanan, wilayah dan pariwisata juga dikembangkan oleh Tsai (2016) yang menekankan pentingnya pengalaman kuliner lokal bagi wisatawan untuk menciptakan keterikatan yang lebih kuat dengan destinasi. Dalam pengelolaan destinasi, pengembangan wisata kuliner dipandang sebagai peluang untuk peningkatan ekonomi, khususnya usaha kecil dan menengah (Munadjat, 2016). Kawasan wisata kuliner merupakan suatu kawasan yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata dalam hal ini kegiatan wisata kuliner ((Pua et al., 2015).

E. Komponen Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata pada suatu wilayah perlu mengusahakan keterpaduan antara dua komponen utama pengembangan, yaitu sisi permintaan dan sisi penawaran (Sunaryo, 2013). Kesesuaian antara permintaan dan penawaran akan berdampak pada kepuasan pengunjung yang pada akhirnya mampu menciptakan nilai jual dan meningkatkan daya saing objek wisata (Yoeti, 2016).

1. Komponen penawaran (*supply*) pariwisata

Penawaran merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen, dalam hal ini adalah produk wisata. Berikut adalah komponen penawaran pariwisata menurut beberapa ahli, diantaranya menurut Inskeep dalam Suprpto (2005) adalah:

- 1) atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan lain yang menarik;
- 2) akomodasi berupa hotel, wisma, losmen;
- 3) transportasi berupa jenis moda, jumlah serta kualitasnya;
- 4) fasilitas dan pelayanan wisata berupa biro perjalanan, restoran, toko, pusat informasi;
- 5) infrastruktur lainnya berupa penyediaan air bersih, listrik dan jaringan komunikasi;
- 6) elemen kelembagaan berupa lembaga yang diperlukan di dalam perencanaan pengembangan pariwisata, SDM dan kebijakannya.

Sedangkan menurut Yoeti (2016) aspek penawaran pariwisata berupa:

- 1) transportasi (pesawat, kapal, kereta, bus, taksi, dll);
- 2) akomodasi (hotel, losmen, apartemen, dll);
- 3) restoran (rumah makan, warung, dll);
- 4) objek wisata (alam maupun budaya);
- 5) atraksi wisata (tarian, adat istiadat, dll);
- 6) hiburan (musik, film, dll).

Selain komponen penawaran pariwisata yang disebutkan oleh beberapa ahli di atas, Wilopo, dkk dan Cooper, dkk dalam Sunaryo (2013) membagi komponen penawaran dalam pengembangan pariwisata menjadi

4A (*attraction, amenities, accessibility and ancillary service*) dan kelembagaan.

1) Atraksi (Daya Tarik Wisata)

Menurut Suwena (2010), atraksi atau objek daya tarik wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik kedatangan wisatawan. Hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut dengan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu 1) *natural resources* (alami) seperti gunung, danau, pantai dan bukit; 2) atraksi wisata budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan; dan 3) atraksi buatan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain-lain.

Modal kepariwisataan menurut Suwena (2010) dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat modal wisata ditemukan (*in situ*) dan di luar tempatnya yang asli (*ex situ*). Atraksi wisata dibedakan lagi menjadi atraksi penahan dan atraksi penangkap wisatawan.

2) Amenitas

Sugiama (2011) menjelaskan bahwa amenitas meliputi serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi (tempat penginapan), penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan (*entertainment*), tempat-tempat perbelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya. French dalam Sunaryo (2013) memberikan batasan bahwa amenitas bukan merupakan

daya tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenities akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.

3) Aksesibilitas

Menurut Sunaryo (2013), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata. Menurut French dalam Sunaryo (2013), faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.

4) Pelayanan Tambahan (*ancillary service*)

Sunaryo (2013) menjelaskan *ancillary service* lebih kepada ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang juga mendukung terselenggaranya kegiatan wisata seperti bank, ATM, telekomunikasi, rumah sakit dan sebagainya. Sedangkan Sugiyama (2011) menjelaskan bahwa *ancillary service* mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan destinasi bersangkutan.

5) Kelembagaan

Kelembagaan kepariwisataan adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi pemerintah, pemerintah daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional yang secara berkesinambungan guna

menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan bidang kepariwisataan (Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009). Kelembagaan terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata (Sunaryo, 2013).

2. Komponen permintaan (*demand*) pariwisata

Komponen permintaan pariwisata adalah masyarakat atau pasar pariwisata, dalam hal ini sebagai pengunjung atau pengunjung yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk melakukan perjalanan wisata. Aspek pasar dirinci ke dalam perbedaan karakteristik sosiodemografi dan karakteristik psikografis yang secara teoritik akan berpengaruh pada perilaku pilihan terhadap jenis produk wisata yang ada (Sunaryo, 2013).

Yoeti (2016) membagi permintaan terhadap produk pariwisata menjadi dua bagian penting, yaitu:

- 1) permintaan potensial yakni permintaan sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu melakukan perjalanan wisata;
- 2) permintaan aktual, yaitu permintaan sejumlah orang yang sebenarnya berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata. Artinya sejumlah pengunjung yang nyata datang dan berkunjung pada suatu daya tarik wisata.

F. Analisis SWOT

Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan pariwisata adalah

analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan organisasi. Analisis SWOT berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) serta secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Muta'ali, 2015).

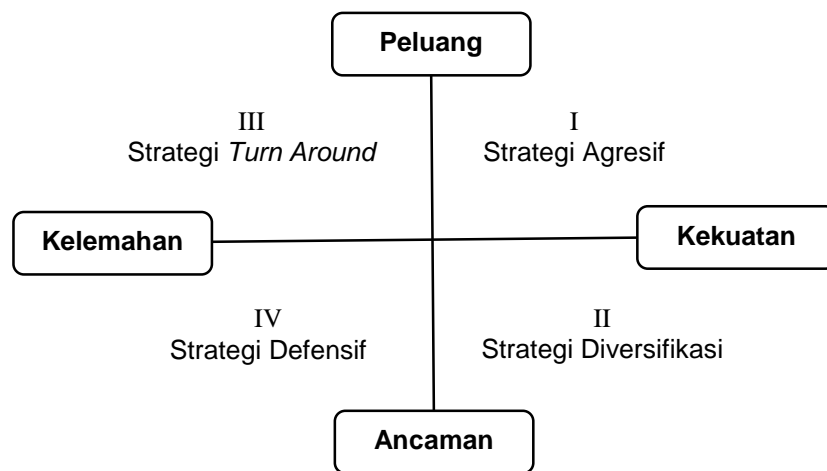
Muta'ali (2015) mengemukakan bahwa secara kualitatif, penentuan analisis SWOT dilakukan setelah mengetahui dan menganalisis secara deskriptif kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada. Kekuatan mengacu kepada keunggulan kompetitif dan kompetensi lainnya. Kelemahan merupakan hambatan yang membatasi pilihan-pilihan pada pengembangan strategi. Peluang yakni menyediakan kondisi yang menguntungkan atau peluang yang membatasi penghalang. Ancaman yang berhubungan dengan kondisi yang dapat menghalangi atau ancaman dalam mencapai tujuan.

Rangkuti (2006) menyatakan bahwa proses perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

- a. Tahap pengumpulan data; pada tahap ini kegiatan yang dilakukan bukan hanya pengumpulan data, tetapi juga merupakan kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dibedakan menjadi dua jenis, yakni data internal dan data eksternal. Data internal dapat diperoleh di dalam perusahaan itu sendiri, seperti laporan keuangan (neraca,

laba-rugi, *cash-flow*, struktur pendanaan), laporan kegiatan sumber daya manusia (jumlah karyawan, pendidikan, keahlian, pengalaman, gaji, *turn-over*), laporan kegiatan operasional dan laporan kegiatan pemasaran. Sedangkan data eksternal diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan, meliputi analisis pasar, analisis kompetitor, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis pemerintah dan analisis kelompok kepentingan tertentu. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) dan faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary). Setelah matriks faktor strategi internal dan eksternal disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matriks SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

- b. Tahap analisis; setelah mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Penskorangan atau pembobotan pada matriks IFAS dan EFAS dilakukan untuk mendapatkan posisi strategi pengembangan pada diagram analisis SWOT (Gambar 3).



Gambar 3. Diagram SWOT

Kuadran I: strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan peluang yang sebesar-besarnya.

Kuadran II: strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Kuadran III: Strategi pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan.

Kuadran IV: strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

c. Tahap pengambilan keputusan.

Analisis SWOT memberikan output berupa matriks SWOT yang menghasilkan empat sel atau tipe. Kemungkinan alternatif strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T dan strategi S-T seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal	STRENGTHS (S) Tuliskan daftar kekuatan 1. 2.	WEAKNESSES (W) Tuliskan daftar kelemahan 1. 2.
Eksternal	OPPORTUNITIES (O) Tuliskan daftar peluang 1. 2.	STRATEGI S-O Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
	THREATS (T) Tuliskan daftar ancaman 1. 2.	STRATEGI W-O Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
		STRATEGI S-T Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman
		STRATEGI W-T Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

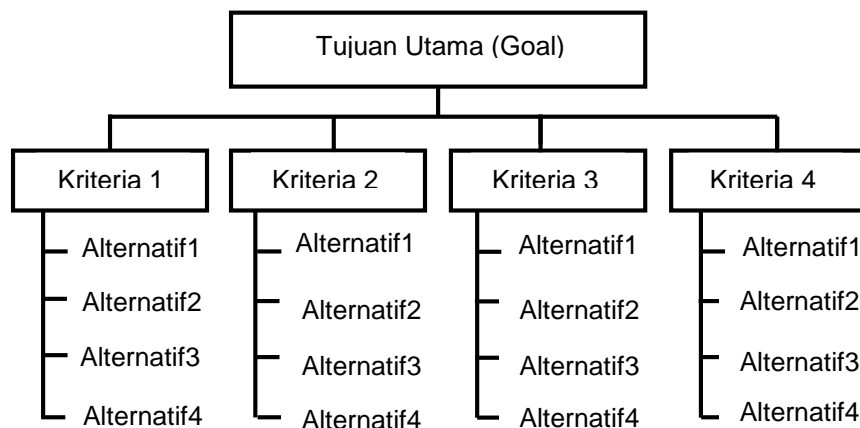
Sumber : Muta'ali, 2015

G. Analytical Hierarchy Process (AHP)

Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Saaty pada tahun 1972 pada saat mereka harus memberikan penilaian tentang kepentingan relatif dari setiap kriteria dan kemudian menentukan preferensi pada setiap kriteria untuk setiap alternatif keputusan. Menurut Labib (2014), AHP adalah metode pengambilan keputusan multikriteria yang membantu pembuat keputusan menghadapi masalah yang kompleks dengan beragam kriteria yang saling bertentangan dan subjektif. AHP dapat mengakomodasi

pandangan sejumlah pembuat keputusan (aktor) dan pertukaran tujuan mereka.

Saaty & Vargas (2012) menjelaskan bahwa AHP menyediakan matematika secara objektif untuk memproses preferensi subjektif dan personal yang tak terhindarkan dari individu atau pun kelompok untuk membuat keputusan. Seseorang dapat membuat hirarki atau jaringan umpan balik, kemudian membuat penilaian atau melakukan pengukuran pada pasangan elemen sehubungan dengan elemen pengontrol untuk mendapatkan skala rasio yang kemudian disintesis pada seluruh struktur untuk memilih alternatif terbaik.



Gambar 4. Struktur Hierarki AHP

Sumber: Munthafa, 2017

Saaty (2008) memberikan langkah-langkah untuk membuat keputusan secara terorganisir dengan menggunakan metode AHP, yaitu:

- 1) Definisikan masalah dan tentukan jenis solusi yang diinginkan;

- 2) Membuat struktur hierarki yang diawali dengan tujuan utama dengan cara membuat tujuan utama sebagai level teratas, kemudian disusun hierarki dibawahnya yaitu kriteria-kriteria yang cocok untuk mempertimbangkan atau menilai alternatif yang kita berikan dan menentukan alternatif tersebut;
- 3) Membuat matriks perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya;
- 4) Gunakan prioritas yang diperoleh dari perbandingan untuk menimbang prioritas pada tingkat yang langsung di bawahnya. Lakukan ini untuk setiap elemen. Kemudian untuk setiap elemen di level di bawah ini, tambahkan nilai-nilai tertimbang nya dan dapatkan prioritas keseluruhan atau globalnya. Lanjutkan proses penimbangan dan penambahan ini sampai prioritas akhir dari alternatif di tingkat terbawah diperoleh.

Sementara Labib (2014) merincikan langkah-langkah metode AHP sebagai berikut:

- 1) Menetapkan konteks keputusan
 - i) Menetapkan tujuan *Multi-Criteria Decision Making* (MCDM)
 - ii) Mengidentifikasi pemangku kepentingan utama (pengambil keputusan)
- 2) Mengidentifikasi tujuan dan kriteria

- i) Mengidentifikasi kriteria untuk menilai konsekuensi dari setiap pilihan
 - ii) Atur kinerja dengan *clustering*, di bawah tujuan tingkat tinggi dan tingkat rendah, dalam hirarki
- 3) Mengidentifikasi pilihan yang akan dinilai (alternatif)
- 4) *Scoring*, menilai kinerja yang diharapkan dari setiap pilihan terhadap kriteria
 - i) Berikan skor pada pilihan terhadap kriteria
 - ii) Periksa konsistensi skor pada setiap kriteria
- 5) Pembobotan, menetapkan bobot untuk masing-masing kriteria untuk mencerminkan kepentingan relatif mereka terhadap keputusan
- 6) Gabungkan bobot dan skor setiap pilihan untuk mendapatkan nilai keseluruhan
 - i) Hitung skor tertimbang keseluruhan di setiap level dalam hirarki
 - ii) Hitung skor tertimbang keseluruhan
- 7) Memeriksa hasilnya
- 8) Melakukan analisis sensitivitas
 - i) Lakukan analisis sensitivitas. Apakah preferensi atau bobot lain mempengaruhi pilihan secara keseluruhan?
 - ii) Lihatlah kelebihan dan kekurangan pilihan yang dipilih dan bandingkan dengan pasangan pilihannya.
 - iii) Ulangi langkah-langkah di atas hingga model “syarat” terpenuhi.

Untuk dapat membandingkan komponen dalam metode AHP, maka diperlukan skala angka yang dapat menunjukkan tingkat kepentingan atau dominan satu elemen dibandingkan elemen lainnya sehubungan dengan kriteria yang digunakan sebagai perbandingan. Menetapkan skala ini berupa angka 1 – 9 dengan penjelasan pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala perbandingan berpasangan pada AHP

Intensitas Kepentingan	Definisi
1	Kedua elemen sama pentingnya
3	Elemen yang satu, sedikit lebih penting dari elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada yang lainnya
7	Elemen yang satu jelas lebih penting daripada elemen yang lainnya
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting daripada elemen yang lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai di antara dua nilai pertimbangan kriteria yang berdekatan
Kebalikan dari atas	Jika elemen i memiliki salah satu dari nilai-nilai di atas jika dibandingkan dengan elemen j , maka j memiliki nilai timbal balik jika dibandingkan dengan elemen i

Sumber: Saaty, 2008

Labib (2014) menjelaskan bahwa setelah setiap alternatif dibandingkan satu sama lain, dalam kaitannya dengan kriteria yang ada, maka diperoleh vektor prioritas yang menjadi kolom dari matriks keputusan. Bobot tingkat kepentingan kriteria juga ditentukan menggunakan perbandingan berpasangan.

Masalah yang biasanya muncul dalam penggunaan metode AHP adalah kemungkinan terjadinya perbandingan berpasangan yang tidak konsisten, terutama dengan jumlah pengambil keputusan yang banyak. Tetapi, perbandingan berpasangan dalam matriks penilaian dianggap

memadai jika menghasilkan *consistency ratio* (CR) yang kurang dari 10% atau 0,1 (Saaty, 2008).

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 3. Penelitian terdahulu

Nama Peneliti (Tahun publikasi)	Judul	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
(Mulyana & Yulianto, 2018)	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Kalibawang dan Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi potensi wisata kuliner di Kecamatan Kalibawang dan Samigaluh Kulonprogo 2. Merumuskan strategi pengembangan kawasan wisata kuliner Kalibawang dan samigaluh Kulonprogo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis SWOT 	<p>Pengelolaan kawasan wisata kuliner yang belum optimal dikarenakan masih dikelola masyarakat penggerak wisata dan belum didukung sarana dan prasarana yang memadai.</p> <p>Strategi yang diperoleh meliputi perencanaan, pengorganisasian, koordinasi dan kontrol.</p>
(Sasongko et al., 2019)	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi potensi wisata kuliner di sepanjang koridor Jalan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif komparatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi dan masalah yang ada di sepanjang koridor Jalan Soekarno Hatta yakni jumlah kunjungan wisatawan dari luar Kota Malang yang cukup besar jika dibandingkan dengan wisatawan dalam Kota

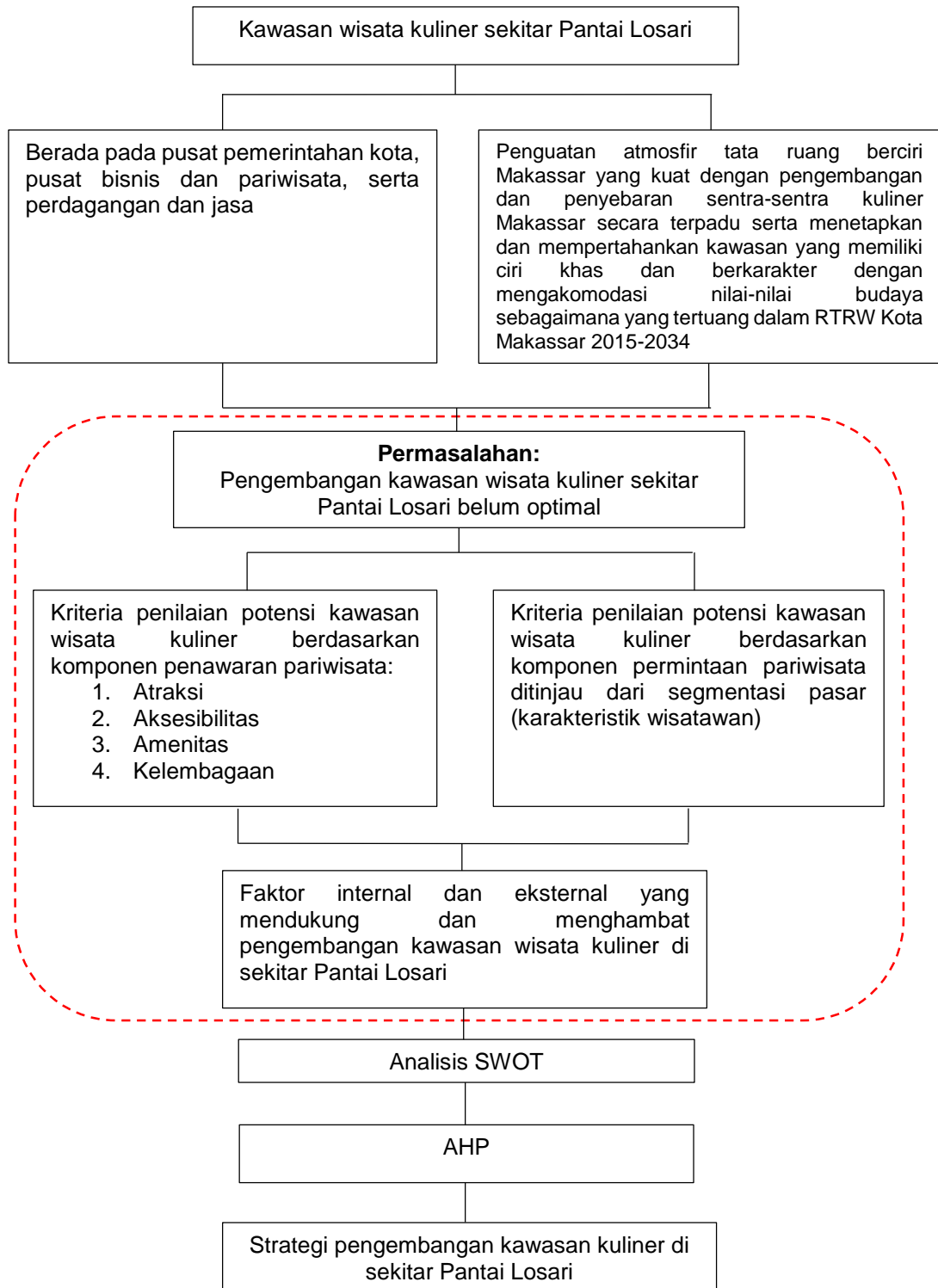
Soekarno Hatta, Kota Malang	Soekarno Hatta, Kota Malang	3. Analisis SWOT	<p>2. Menganalisa kebutuhan sarana prasarana pengembangan wisata kuliner di sepanjang koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang</p> <p>3. Merumuskan strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di sepanjang koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang</p>	<p>Malang itu sendiri, namun kunjungan wisatawan mancanegara tidak terlihat. Potensi lainnya yakni keunikan dari kuliner tradisional yang disajikan. Namun, perlu inovasi dalam penyajian dan bentuk kuliner itu sendiri agar menambah pengalaman baru bagi wisatawan.</p> <p>2. Proses perbandingan dilakukan dengan membandingkan kondisi eksisting dengan syarat kawasan pariwisata 4A (atraksi aksesibilitas, amenities dan aktivitas) dan PP No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS tahun 2010-2025</p> <p>3. Kawasan kuliner di koridor Jalan Soekarno Hatta dapat menjadi sentra kuliner Malang jika dikembangkan secara maksimal dari segi promosi dan fasilitas penunjangnya, karena kawasan kuliner tersebut cukup terkenal.</p>
(Fafurida; Shanty Oktavilia; Karsinah; Syiva Fauziah, 2020)	<i>Development of Potential Culinary and Shopping Tourism in</i>	Mengidentifikasi potensi wisata kuliner dan belanja di Jawa Tengah, serta menyusun strategi	<p>1. Analisis deskriptif</p> <p>2. Analisis SWOT</p>	Potensi wisata kuliner di Jawa Tengah berada pada kategori sangat potensial untuk dikembangkan. Pengembangan kawasan sentra kuliner memberikan <i>multiplier effect</i> kepada masyarakat. Strategi pengembangan wisata belanja

	<i>Central Java Province</i>	pengembangan wisata	3. <i>Geographic Information System</i>	dengan melakukan inovasi, mengikuti beberapa event dan mengadakan bazaar yang mendukung pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah serta melengkapi arahan serta peta potensi wisata belanja untuk memudahkan wisatawan.
(Narto & HM, 2020)	Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan pendekatan analisis SWOT 2. Merumuskan strategi terpilih menggunakan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis SWOT 2. <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> 	<p>Hasil analisis SWOT diperoleh nilai IFAS dan EFAS dan berada pada posisi pertumbuhan dan stabilitas.</p> <p>Selanjutnya, hasil pemilihan strategi tersebut menggunakan metode AHP untuk menentukan strategi prioritas, yakni mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan memperoleh keuntungan yang menjanjikan. Prioritas</p>

				kedua yaitu melakukan promosi berbasis <i>online</i> dan memberikan diskon agar lebih dikenal luas dan menarik minat konsumen di luar Kota Gresik. Kedua strategi tersebut merupakan kombinasi yang dipilih untuk penguatan strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing UMKM Pudak Gresik.
(Pramezwarly et al., 2021)	Desain Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Kota Bandung	Memberikan gambaran potensi kuliner dan belanja Kota Bandung berdasar pada indikator target wisatawan, produk wisata kuliner dan belanja, kesiapan destinasi, sumber	Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk diskusi kelompok fokus	Berdasarkan hasil <i>Focus Group Discussion</i> (FGD), diketahui bahwa sebelum terjadinya pandemi covid 19, Kota Bandung telah melakukan studi tentang target wisatawan dan profil wisatawan. Wisata kuliner dan belanja di

daya pendukung serta untuk mengidentifikasi perencanaan strategis dan pengembangan wisata kuliner dan belanja Kota Bandung.	<i>(focus group discussion)</i>	Kota Bandung sudah dikembangkan dengan mengadakan <i>event</i> yang menarik terutama menysasar segmen pasar milenial.
---	---------------------------------	---

I. Kerangka Konsep Penelitian



Keterangan:  ruang lingkup penelitian

Gambar 5. Kerangka konsep penelitian