



# Perumusan Strategi Pengembangan Wisata Kuliner “Minggong Jatinan” Menuju “Visit Batang 2022”

Titi Rahayu Prasetyani<sup>1,a</sup> ; Catur Ragil Sutrisno<sup>b</sup>

<sup>a,b</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan

**Abstract.** *Culinary tourism is the focus on food as an attraction for exploration and a destination for tourism. “Minggong Jatinan” is one of the culinary tourism in Batang Regency. The purpose of this study is to suggest a framework to be used as a development strategy for culinary tourism projects which employed a qualitative research method (survey and observation). SWOT analysis used to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats. Findings of this study for development strategy of culinary tourism “Minggong Jatinan” such as, the importance of the strategy itself, cooperation among stakeholders, culinary profile promotion and optimizing the potential of forests to maintain the uniqueness of culinary tourism “Minggong Jatinan”*

**Keywords :** *culinary tourism, swot, business development strategy*

**Abstrak.** Wisata kuliner adalah salah satu bentuk wisata yang berfokus pada makanan sebagai daya tarik untuk eksplorasi dan tujuan pariwisata. “Minggong Jatinan” adalah salah satu wisata kuliner di Kabupaten Batang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyarankan kerangka kerja yang akan digunakan sebagai strategi pengembangan bisnis untuk wisata kuliner dengan menggunakan metode penelitian kualitatif (survei dan observasi). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Temuan penelitian ini terkait dengan strategi pengembangan wisata kuliner “Minggong Jatinan” antara lain, pentingnya penerapan strategi itu sendiri, kerjasama antar pemangku kepentingan, promosi profil kuliner dan mengoptimalkan potensi sumber daya alam hutan yang ada untuk menjaga keunikan wisata kuliner “Minggong Jatinan”

**Kata Kunci :** wisata kuliner, swot, strategi pengembangan bisnis

## A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dari berbagai negara di dunia yang menganut sistem otonomi daerah dalam penyelenggaraan pemerintahannya. Pelaksanaan otonomi daerah sudah mulai diberlakukan sejak tahun 1999 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang sudah diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan terakhir dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, Otonomi Daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri

---

<sup>1</sup> **Korespondensi:** titi.unikal@gmail.com

Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Otonomi Daerah membawa konsekuensi kemandirian daerah dalam pendapatan, belanja dan pembiayaan daerah. Untuk merealisasikan adanya otonomi daerah ini, khususnya di kabupaten maupun di kota-kota tentu tidak lepas dari aspek sumber pendapatan. Sumber pendapatan daerah salah satunya berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang meliputi : pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Kebijakan keuangan daerah diarahkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah sebagai sumber utama yang dipergunakan dalam menjalankan pemerintahan dan pembangunan sesuai dengan kebutuhannya guna memperkecil ketergantungan dalam mendapatkan dana dari Pemerintah Pusat. Oleh karena itu peningkatan pendapatan tersebut merupakan hal yang dikehendaki setiap daerah dengan cara menggali potensi sumber daya yang dimiliki. Potensi sumber daya yang dimiliki masing-masing daerah berbeda-beda, baik itu sumber daya alam, sumber daya manusia maupun sumber daya finansial sesuai dengan kondisi internal daerahnya.

Kabupaten Batang sebagai sebuah daerah otonom memiliki potensi-potensi unggulan di berbagai sektor, salah satunya di sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan dan ekonomi negara<sup>2,3</sup>. Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Batang antara lain, sumber daya alam, baik pegunungan maupun laut sebagai daerah tujuan wisata alam serta wisata kuliner.

Adanya sektor pariwisata sangatlah mendukung pembukaan lapangan usaha lain yang menjadi penggerak pemasukan pendapatan asli daerah. Hal ini sejalan dengan misi Pemerintah Kabupaten Batang kedua dan ketiga yaitu meningkatkan kualitas pembangunan sumber daya manusia seutuhnya melalui optimalisasi gerakan pemberdayaan masyarakat di berbagai bidang secara terpadu (misi 2) dan meningkatkan pengembangan perekonomian daerah secara berkelanjutan didukung infrastruktur dan kawasan berkualitas berbasis teknologi informasi dan komunikasi

---

<sup>2</sup> Pitana, I.G. dan Putu, G.G. , 2005, Sosiologi Pariwisata, Yogyakarta : Andi Offset

<sup>3</sup> Desbiolles, F.H. 2006, More Than an Industry : The Forgotten Power of Tourism as a Social Force, Journal Tourism Management 27 : pp 119-1208



(misi 3). Disamping itu, Kabupaten Batang juga memiliki sumber daya manusia terampil dalam industri aneka olahan pangan tradisional atau kuliner yang sebagian besar berskala UMKM. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2010 tentang Pariwisata ditegaskan bahwa Daya Tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Potensi pariwisata yang bagus, akan mampu berdaya guna dan memiliki daya tarik apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik.

Salah satu destinasi wisata yang baru dan menarik di Kabupaten Batang adalah wisata kuliner “Minggong Jatinan”. Meskipun kegiatan wisata kuliner ini belum lama berjalan namun animo masyarakat Batang dan sekitarnya sangat besar untuk mengunjungi tempat tersebut. Berada di Hutan Kota Rajawali Batang dan berlangsung setiap hari Minggu, wisata kuliner ini bertujuan untuk menghidupkan geliat usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) khususnya produk-produk makanan tradisional Batang. Hal ini jelas menjadi salah satu peluang yang sangat potensial dalam mengembangkan ekonomi kerakyatan Batang.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Mengacu pada latar belakang masalah seperti yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat wisata kuliner “Minggong Jatinan” di Kabupaten Batang

## **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif, yakni menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara jelas berdasarkan data yang terkait. Penelitian deskriptif yang dilakukan penulis kali ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner “Minggong Jatinan” di Kabupaten Batang

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat obyek penelitian yang dilakukan dengan tujuan khusus untuk kepentingan penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan

pengamatan langsung (*survey*), wawancara (*interview*), serta dokumentasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah tersedia atau dikumpulkan oleh pihak lain, dapat berupa literatur, artikel, jurnal, data statistik yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada obyek wisata kuliner “Minggong Jatinan” dan digunakan untuk menyusun strategi serta arah pengembangan ke depan

## **D. PEMBAHASAN**

### **1. Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*).

Berdasar hasil penelitian di lapangan, maka pembahasan mengenai SWOT dari obyek wisata kuliner “Minggong Jatinan” akan dibahas lebih lanjut dalam bentuk uraian.

**Pertama**, kekuatan (*strength*) yang dimiliki wisata kuliner “Minggong Jatinan” adalah *branding* yang menarik dari Minggong yang mempunyai arti hari Minggu dan Jatinan bermakna hutan jati. Destinasi wisata ini menyuguhkan kuliner tradisional khas Batang dengan lebih dari 20 varian makanan dan minuman yang disajikan di atas bale bambu atau lincak dalam suasana sejuk hutan kota yang letaknya sangat strategis yaitu di jalur Pantura Batang. Para penjual yang mengenakan busana daerah dan transaksi jual beli menggunakan koin tradisional atau kreweng menjadi keunikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk berkunjung ke obyek wisata kuliner tersebut dengan harga makanan dan minuman yang masih terjangkau. Kegiatan wisata kuliner “Minggong Jatinan” ini melibatkan pelaku UMKM tidak hanya di sektor kuliner saja namun juga kerajinan khas daerah Batang yang dikelola secara profesional oleh *even organisir* (EO) setempat dengan mengambil konsep *halal tourism*. Adanya atraksi pendamping di lokasi seperti kesenian angklung menjadi kekuatan sendiri bagi wisata kuliner ini.



**Kedua**, *kelemahan (weakness)* dari destinasi wisata kuliner “Minggon Jatinan” ini adalah tidak adanya tarif parkir resmi khususnya untuk kendaraan roda empat yang banyak dikeluhkan oleh pengunjung dan dikawatirkan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung. Selain itu lahan parkir yang tersedia untuk parkir mobil, meskipun sudah cukup luas namun kondisinya masih banyak debu karena permukaannya berupa tanah dan tidak rata. Kurangnya fasilitas umum seperti toilet dan tempat duduk yang layak bagi masyarakat untuk bersantai sambil menikmati kuliner khas Batang juga menjadi kelemahan bagi destinasi wisata ini. Disamping itu lemahnya kesadaran masyarakat untuk membantu memelihara lingkungan destinasi wisata menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi pengelola. Sampai sejauh ini keterlibatan UMKM dalam kegiatan berjualan di lokasi “Minggon Jatinan” baru sebatas pelaku UMKM dari Kabupaten Batang. Yang terakhir, seperti halnya yang banyak terjadi di daerah atau wilayah lain bahwa dukungan anggaran Pemerintah pada sektor pariwisata relatif terbatas di banding sektor lain seperti industri, perdagangan, pertanian, perikanan/kelautan.

**Ketiga**, peluang (*opportunity*), wisata saat ini sudah menjadi kebutuhan hidup, jumlah wisatawan semakin meningkat baik wisata alam, kuliner, belanja maupun wisata religi. Posisi kota Batang yang terletak di Pantai utara diantara Semarang dan Pekalongan berpeluang menarik wisatawan dari arah barat dan timur. Adanya sinergi dari semua pemangku kepentingan untuk mewujudkan Program Visit Batang 2022 dan “Heaven of Asia” yang digalakkan oleh Pemerintah Kabupaten Batang menjadikan peluang bagi destinasi wisata kuliner “Minggon Jatinan” terlebih dukungan dari Pemerintah Daerah sebagai prioritas kegiatan kedua yaitu peningkatan potensi pariwisata dan dukungan Pemerintah Pusat, dalam hal ini Kementerian Pariwisata, agar daerah menumbuhkembangkan destinasi wisata berbasis pada potensi daerah. Pengaruh kemajuan IT memberikan peluang untuk destinasi wisata kuliner “Minggon Jatinan” untuk mengembangkan destinasi wisata yang “*instagramable*”, khususnya untuk pangsa anak-anak muda sebagai promosi di media-media sosial.

**Keempat**, ancaman (*threats*) untuk destinasi wisata ini adalah peristiwa alam yang terjadi dan tidak dapat dicegah seperti musim hujan yang membuat lokasi wisata menjadi licin dan becek, kerusakan lingkungan juga dapat terjadi akibat pengembangan obyek wisata yang tidak memperhatikan kondisi lingkungan,

disamping adanya perkembangan obyek wisata di daerah lain. Karena lokasi wisata kuliner “Minggong Jatinan” ini berada tepat di pinggir jalur pantura yang banyak dilewati kendaraan bermotor, maka banyak pengunjung yang mengawatirkan debu dan asap dari lingkungan sekitar itu dapat mengganggu kebersihan makanan. Kemungkinan terjadi kehilangan peralatan makan karena ada pengunjung yang tidak mengembalikannya ke tempat semula juga menjadi ancaman yang cukup serius.

## **2. Prioritas Strategi Pengembangan**

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT di atas, maka strategi operasional pengembangan wisata kuliner “Minggong Jatinan” di Kabupaten Batang dapat dilakukan dengan langkah-langkah :

- a. Melakukan koordinasi dengan baik dengan semua pemangku kepentingan (Pemerintah, UMKM, dan juga komunitas) dalam pengelolaan kegiatan wisata kuliner “Minggong Jatinan”
- b. Terus menerus melakukan pendampingan terhadap UMKM yang terlibat dalam rangka menjaga kualitas produk yang dijual
- c. Membangun dan menambah sarana dan prasarana umum seperti toilet, mushola, tempat duduk dan lahan parkir
- d. Menyiapkan strategi untuk menghadapi perubahan cuaca seperti musim hujan
- e. Lebih mengembangkan lagi atraksi pendamping wisata
- f. Meyelenggarakan even-even hiburan di lokasi wisata kuliner “Minggong Jatinan” untuk menarik pengunjung sebagai media promosi langsung
- g. Menggandeng agen wisata dan komunitas untuk ikut mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Batang
- h. Membuka peluang investasi dengan pihak ketiga
- i. Melakukan pemberdayaan, penyuluhan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat sekitar akan pentingnya masyarakat sadar wisata
- j. Mengoptimalkan potensi alam hutan jati untuk mempertahankan keunikan obyek wisata kuliner “Minggong Jatinan”
- k. Melakukan pengawasan dan pemeliharaan fasilitas-fasilitas yang telah ada di lokasi obyek wisata.



## **E. PENUTUP**

### **1. Simpulan**

Penelitian mengenai perumusan strategi pengembangan wisata kuliner “Minggong Jatinan” ini hanya terbatas menggunakan metode survey dan observasi. Kedepannya diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai preferensi konsumen atau pengunjung terhadap destinasi wisata ini dengan kuesioner.

Kegiatan wisata kuliner “Minggong Jatinan” ini melibatkan banyak UMKM, maka diperlukan penelitian dan tindak lanjutnya berupa pengabdian masyarakat dalam memberikan model pelatihan pengembangan dan pengelolaan manajemen bisnis untuk UMKM

### **2. Saran**

*Pertama*, diperlukan kajian atau penelitian lebih lanjut untuk menggali peluang-peluang adopsi model wisata kuliner alam “Minggong Jatinan” dapat diterapkan di daerah lain sesuai dengan potensi SDA yang ada. *Kedua*, diperlukan dukungan positif dan nyata dari semua pemangku kepentingan dalam mendukung dan mengembangkan wisata kuliner “Minggong Jatinan” menuju “Visit Batang 2022” dan “*Heaven of Asia*”. *Ketiga*, mengingat Kabupaten Batang memiliki potensi wisata tidak hanya wisata kuliner saja, melainkan juga ada wisata pantai, agrowisata, wisata belanja wisata religi, maka perlu dirumuskan strategi pengembangan destinasi wisata yang saling bersinergi

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Desbiolles, F.H. (2006), *More Than an Industry : The Forgotten Power of Tourism as a Social Force*, *Journal Tourism Management* 27 : pp 119-1208
- Joyosuharto, S. (2000) *Aspek Ketersediaan dan Tuntutan Kebutuhan dalam Pariwisata*, dalam *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, Editor : Ch. Fandeli, Yogyakarta : Liberty
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 5 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM. 37/ UM.001/MKP/07 tentang Kriteria dan Penetapan Destinasi Pariwisata Unggulan
- Pitana, I.G. dan Putu, G.G. (2005), *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta : Andi Offset
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang Nomor 10 Tahun 2010 tentang Pariwisata