



STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR SENGGOL KLUNGKUNG SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER DI BALI

I Ketut Saskara¹, Ni Ketut Sutrisnawati²,
Akademi Pariwisata Denpasar¹
datengs@yahoo.com¹

Akademi Pariwisata Denpasar²,
nksutrisnawati@gmail.com²

ABSTRAK

Klungkung merupakan salah kabupaten di Bali yang memiliki berbagai potensi wisata salah satunya adalah potensi kuliner. Salah satu destinasi kuliner bagi masyarakat setempat adalah pasar Senggol. Pasar Senggol Klungkung merupakan pasar tradisional yang dibuka mulai sore hari hingga malam hari. Di Pasar Senggol ini dijual berbagai jenis masakan tradisionanl seperti Serobotan yang merupakan ikon kuliner kabupaten Klungkung, bubur, jajanan tradisional serta kuliner lainnya. Pasar Senggol Klungkung memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan sebagai salah satu destinasi kuliner di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pasar Senggol Klungkung sebagai destinasi wisata kuliner di Bali. Penelitian ini menggunakan teknik analisis dekskriptif kualitatif. Data primer diperoleh melalui observasi secara langsung ke lokasi penelitian serta wawancara dengan beberapa pedagang dilokasi penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dengan melakukan studi kepustakaan dengan memakai acuan beberapa jurnal yang sesuai dengan topik yang serupa. Data yang dikumpulkan berupa potensi, peluang, kelemahan serta ancaman dianalisis menggunakan metode Matrik SWOT . Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pasar Senggol Klungkung memiliki potensi yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi kuliner. Pasar Senggol ini menjual berbagai macam masakan tradisional dengan cita rasa tersendiri serta bernilai gizi tanpa bahan pengawet dan bahan kimia. Pasar Senggol ini terletak di jantung kota Klungkung, berada di aera monumen Puputan Klungkung serta obyek wisata Kertagosa.

Kata Kunci: Pasar Senggol, Klungkung, Destinasi Wisata Kuliner

ABSTRACT

Klungkung is one of the districts in Bali that has various tourism potentials, one of which is culinary potential. One of the culinary destinations for the local community is Pasar Senggol. Pasar Senggol Klungkung is a traditional market that is open from the afternoon until the evening. In Pasar Senggol Klungkung, various types of traditional dishes are sold, such as Serobotan which is a culinary icon of Klungkung district, porridge, traditional snacks and other culinary delights. Pasar Senggol Klungkung has various potentials that can be developed

as one of the culinary destinations in Bali. This study aims to find out how the strategy for developing Pasar Senggol Klungkung as a culinary tourism destination in Bali. This study uses a qualitative descriptive analysis technique. Primary data was obtained through direct observation to the research location and interviews with traders at the research location, while secondary data was obtained by conducting a literature study using references to several journals that matched the same topic. The data collected in the form of potential, opportunities, weaknesses and threats were analyzed using the SWOT Matrix method. The results of the study reveal that Pasar Senggol Klungkung has great potential to be developed as a culinary destination. Pasar Senggol is located in the heart of Klungkung city, in the area of the Puputan Klungkung monument and the Kertagosa tourist attraction. This market also offers Klungkung's traditional food such as Serombotan and other traditional foods that have its own taste.

Keywords: Senggol Market, Klungkung, Tourism Culinary Destinations

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata terus mengalami perkembangan dan inovasi. Pariwisata berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi. Dengan adanya kemajuan teknologi, informasi tentang keunikan, keindahan alam maupun budaya suatu tempat dapat tersebar secara cepat dan luas. Sejalan dengan perkembangan teknologi ini motivasi seorang wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi kini bukan hanya untuk melihat pemandangan yang indah beserta budaya dari suatu tempat. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri (R.S Darmadjati, 1995).

Merespon berbagai perubahan yang terjadi, trend wisata baru pun mulai dikenalkan diantaranya adalah wisata kesehatan dan kebugaran, wisata Kuliner. Kuliner merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengolahan dan penyajian makanan dan minuman. Seperti kita ketahui bersama bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Makanan dan minuman ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan wisatawan pada

saat berwisata kesuatu tempat. Suatu destinasi wisata layak untuk dikunjungi jika memiliki fasilitas yang menyediakan pelayanan makanan dan minuman. Adanya kebutuhan ini, memicu upaya inovasi dan kreatifitas dalam upaya menarik minat wisatawan serta memenuhi kebutuhan wisatawan terhadap kebutuhan makanan dan minuman melalui wisata kuliner. Wisata Kuliner merupakan sebuah kegiatan yang berhubungan dengan pengalaman seseorang ketika menikmati sajian berupa minuman dan makanan yang otentik, memiliki ciri khas dan tentunya mudah diingat. Wisata kuliner juga merupakan gerbang masuknya para wisatawan yang ingin mengetahui dan juga memahami tentang cerita dibalik makanan atau minuman tersebut, misalnya dari aspek budaya, sejarah, adat istiadat serta tempat wisata yang ada di sekitar daerah tersebut.(Ratnasari,et al., 2020). Kuliner bukan lagi hanya dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia, serta untuk mengobati rasa lapar tetapi kini kuliner menjadi daya tarik sendiri untuk mengenal budaya dan citarasa makanan suatu daerah. Wisata kuliner bersinggungan dengan banyak hal misalnya adanya kegiatan memasak dan mengonsumsi makanan, adanya story telling dibalik sebuah makanan dan ada budaya yang berbeda disetiap jenis makanan serta ada pengalaman bersantap makanan yang tidak akan mungkin terlupakan oleh para

wisatawan. Adapun bagian-bagian dari wisata kuliner yang dapat dijadikan sebagai daya tarik adalah festival kuliner, menu tradisional dan suasana restoran (Baltescu, 2016 dalam Ratnasari, et al., 2020).

Klungkung merupakan kabupaten terkecil dari 9 kabupaten dan Kota di Bali. Wilayah Kabupaten Klungkung sepertiganya (112,16 KM²) terletak diantara pulau Bali dua pertiganya (202,84 Km²) merupakan kepulauan yaitu Pulau Nusa Penida, Nusa Lembongan dan Nusa Ceningan. Meskipun merupakan Kabupaten terkecil di Bali dengan luas wilayah ± 315 KM², Kabupaten Klungkung pernah menjadi pusat kerajaan di Bali pada masa pemerintahan Dalem Watu Renggong, dimana rakyatnya hidup dalam kemakmuran dan kesejahteraan. Kabupaten ini memiliki berbagai destinasi wisata yang memiliki daya tarik sendiri berupa sejarah, seni dan budaya, keindahan alam yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Klungkung. Salah satu destinasi yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Pasar Senggol Klungkung.

Pasar Senggol Klungkung merupakan pasar tradisional yang dibuka mulai pukul 15.00 WITA- 22.00 WITA. Di pasar Senggol ini dijual berbagai jenis makanan tradisional salah satunya adalah makanan khas Klungkung yang memiliki keunikan rasa yaitu Serombotan serta makanan nusantara lainnya yang menggugah selera dan dijual dengan harga yang sangat terjangkau. Selain itu juga dijual berbagai kebutuhan manusia lainnya seperti pakaian, buku, mainan anak-anak, dan lain sebagainya. Pasar Senggol ini terletak di lokasi yang sangat strategis yaitu di pusat kota Klungkung yang berjarak sangat dekat dengan Monumen Puputan Klungkung dan obyek wisata Kertha Gosa. Meskipun memiliki berbagai daya tarik berupa potensi yang dimiliki namun pasar Senggol ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat Bali serta wisatawan mancanegara. Oleh karena itu perlu dilakukan

penelitian tentang bagaimanakah strategi pengembangan Pasar Senggol ini menjadi salah satu destinasi wisata kuliner di Bali? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam upaya pengembangan Pasar Senggol Klungkung menjadi destinasi wisata kuliner di Bali. Dengan adanya pengembangan ini diharapkan agar potensi yang dimiliki oleh Pasar Senggol Klungkung mampu memberikan manfaat positif khususnya manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal di kabupaten ini.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini memakai acuan beberapa penelitian sebelumnya yang terkait. Adapun beberapa penelitian tersebut diantaranya: Jurnal dengan judul Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata di Pulau Belitung oleh Ratnasari, dkk tahun 2020. Dalam penelitian oleh Ratnasari, dkk ini diuraikan bahwa wisata kuliner sangat krusial mengingat adanya kontribusi pemasukan dalam hal ini adalah ekonomi dari wisata kuliner sebesar tiga puluh persen (30%) dari belanja wisatawan nusantara (Badan Pusat Statistik, 2019). Pariwisata dan makanan memiliki kaitan yang erat dan juga menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan karena ketika seseorang sedang berwisata, maka dapat dipastikan juga akan membutuhkan makanan (Ratnasari, Levyda and Giyatmi, 2020). Penelitian berikutnya yang dijadikan acuan adalah jurnal dengan judul Potensi Wisata Kuliner dalam mendukung Pariwisata di kota Padang oleh Besra 2012. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi jenis-jenis dan potensi kuliner dan masalah – masalah yang dihadapi dalam mengembangkan kuliner khas Minang dalam menunjang potensi pariwisata di Kota Padang Sumatera Barat. Metode analisa data yang dipergunakan yaitu analisa SWOT.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa wisata kuliner Kota Padang mempunyai prospek bagus untuk dikembangkan. Walaupun banyak menghadapi masalah-masalah yang menghambat perkembangannya. Diperlukan strategi pemasaran yang lebih cocok untuk memasarkan jasa kuliner Kota Padang dan dukungan banyak pihak terutama pemerintah Kota Padang dan Perguruan Tinggi serta peran serta perguruan tinggi memberikan dukungannya melalui pelatihan-pelatihan manajemen.(Besra, 2012). Penelitian berikutnya yang dijadikan acuan adalah penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Tangerang Dengan Matriks Swot Dan Analisis Qspm (Studi Kasus Kawasan Laksa Tangerang), oleh Ardiansyah dan Silmi tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan wisata kuliner di kawasan laksa dalam peningkatan destinasi wisata di Tangerang dengan metode penelitiannya adalah kombinasi, metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan strategi yang tepat, sementara metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis data IFAS dan EFAS yang berupa angka. Berdasarkan hasil analisis SWOT “Kawasan Laksa” strategi alternatif pengembangan ialah strategi agresif dengan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kekuatan. Strategi alternatif dan prioritas strategi dapat diterapkan pada pengembangan Kawasan Kuliner Laksa untuk dapat meningkatkan destinasi wisata yang lebih baik. Saran yang diberikan penulis untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas SDM, melakukan inovasi, melibatkan food blogger ataupun food vlogger untuk promosi, dan menyelenggarakan event agar lebih dikenal luas. (Ardiansyah and Silmi, 2022).

2.2 Tinjauan Konsep

2.2.1 Konsep Pengembangan Pasar Tradisional

Strategi pengembangan pasar adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada para pedagang dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan pasar dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu penentuan strategi pengembangan pasar harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal pasar melalui analisa keunggulan dan kelemahan pasar, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi pasar dari lingkungannya (Wahyudi, 2019). Melemahnya penghargaan dan kebanggaan masyarakat terhadap hal-hal yang bermuatan tradisional sudah mulai tampak dengan terjadinya pergeseran trend berbelanja diantara berbagai segmen, dari pasar tradisional yang dikelola secara konvensional ke pasar moderen yang dikelola secara profesional. Padahal, adanya daya tarik pasar tradisional yang unik sebagai bagian dari objek wisata yang didukung budaya lokal, sesungguhnya dapat dipandang sebagai peluang yang menjanjikan sepanjang mampu menggarapnya secara sinergis semua potensi yang dimiliki dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sukaatmadja et al, 2020)

2.2.2 Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi atau swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar

(Peraturan presiden no. 12 tahun 2007 dalam Sutrisnawati *et al.*, 2021). Sedangkan pasar Senggol merupakan salah satu jenis pasar tradisional yang buka pada jam-jam tertentu disore hari. Asal muasal Senggol menurut cerita turun temurun karena jika malam minggu manusia akan sangat banyak memenuhi areal ini sehingga saling bersenggolan maka dinamakanlah pasar senggol (Kompasiana.com, 2010).

2.2.3 Destinasi Wisata Kuliner

Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (*International Culinary Tourism Association/ICTA*) wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata. Berbeda dengan produk wisata lainnya seperti wisata bahari, wisata budaya dan alam yang dapat dipasarkan sebagai produk wisata utama, tetapi pada wisata kuliner biasanya dipasarkan sebagai produk wisata penunjang (Besra, 2012). Wisata kuliner telah muncul sebagai aspek sentral dari setiap pengalaman wisata. Ini mencakup praktik budaya, lanskap, laut, sejarah lokal, nilai-nilai, dan warisan budaya. Makanan berfungsi sebagai penghubung antara kita dengan warisan kitamiliki, dan orang-orang di sekitar kita. Ini adalah saluran yang beragam dan dinamis untuk berbagi cerita,sertamembentuk hubungan, dan membangun komunitas. Dengan menggabungkan perjalanan dengan pengalaman makan dan minum, wisata makanan menawarkan "kesan tempat" yang baik bagi penduduk lokal maupun wisatawan. (UNWTO Second Report on Gastronomy Tourism dalam Sasongko, Setiawan and Purnama, 2019). Menurut Suryadana ,2009 dalam Danil Novril , Kusai, Hamid 2017 menyebutkan 12 point daya tarik wisata kuliner, yaitu: Keragaman aktivitas kuliner,

makanan khas, lokasi yang nyaman dan bersih, desain ruangan (venue) yang unik dan menarik, pelayanan yang baik, pasar yang competitive, harga dan proporsi nilai, peluang bersosialisasi interaksi budaya dengan kuliner, suasana kekeluargaan, lingkungan yang menarik, produk tradisional, nasional dan internasional.

Sedangkan destinasi wisata kuliner adalah suatu tempat dimana keinginan terus untuk mendapatkan tempat makan dengan berbagai pilihan menu, kualitas makan serta pelayanan yang baik dapat terpenuhi (Brumback, 1999 dalam Carmelita, 2011). Menurut Karim, Chua, Salleh 2009 dalam (Carmelita, 2011), suatu destinasi dapat dikatakan memenuhi syarat sebagai wisata kuliner jika memenuhi 4 kriteria antara lain dining atmosphere(presentasi makanan, layanan makanan, staffpelayan,suasana tempat makan sekitar, dan variasi restoran), kenyamanan aksesibilitas (akses tempat, variasi tempat makanan lokal, ketersediaan makanan lokal,vendor makanan), quality and value of food(kualitas makanan, variasi makanan, harga, pengalaman berkuliner), culinary tourism product(budaya, festival makanan, metode memasak, informasi makanan, dan menu).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Senggol Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung, Bali. Penelitian ini menggunakan teknik analisa dekskriptif kualitatif. Data primer dalam penelitian adalah hasil observasi serta serta wawancara dengan beberapa narasumber. Teknik Pengumpulan data

menggunakan teknik observasi dengan mengamati secara langsung ke lokasi penelitian tentang potensi yang ada. Wawancara mendalam dengan narasumber, sedangkan data sekunder di peroleh melalui studi kepustakaan melalui jurnal-jurnal ilmiah yang terkait dengan topik penelitian. Metode analisis dalam penelitian ini adalah metode analisis matrix SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunitties, Threats*). Hasil dan informasi yang didapat di lokasi penelitian dianalisis untuk mengetahui factor eksternal dan internal serta kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Pasar Senggol Klungkung.

4. PEMBAHASAN

4.1 Faktor Internal dan Eksternal Pasar Senggol Klungkung

Strategi Pengembangan Pasar Senggol Klungkung sebagai destinasi Kuliner diawali dengan menganalisis faktor internal dan eksternal berupa potensi sebagai kekuatan, Kekurangan sebagai kelemahan, Peluang serta ancaman yang ada.

4.1.1. Strength (Kekuatan)

Strength atau kekuatan yang dimiliki oleh Pasar Senggol Klungkung yang dapat dikembangkan untuk destinasi wisata kuliner antara lain: Pasar senggol Klungkung merupakan merupakan pasar tradisional tempat para pedagang menjual berbagai makanan diantaranya adalah makanan khas Klungkung yang memiliki cita rasa tersendiri salah satunya adalah Serombotan. Serombotan merupakan makanan tradisional yang

merupakan ikon kuliner kabupaten Klungkung. Serombotan merupakan makanan yang terdiri dari berbagai sayur rebus yaitu Bayam, Kangkung, Kacang Panjang, Pare a Kacang Merah, Tauge, Kacang Undis, Terung Gelatik yang disajikan bersama sambal Nyuh (sambal yang terbuat dari parutan kelapa) dan dilengkapi dengan bumbu Kacang dan sambal pedas. Serombotan bisa dimakan bersama dengan nasi maupun ketupat. Rasa Serombotan Klungkung berbeda dengan Serombotan yang dijual di oleh pedagang dari kabupatennya lainnya di Bali. Serombotan merupakan makanan yang sehat bagi tubuh karena terbuat dari sayur-sayuran segar yang direbus tanpa bahan pengawet dan bahan kimia. Selain Serombotan di pasar ini juga dijual berbagai makanan berupa lauk pauk seperti Pesan (Pepes) Clengis yang terbuat dari ampas dalam pembuatan minyak kelapa, Pesan Pindang (Pepes ikan Laut), Bubur Bali, Kolak Pisang, jajanan Tradisional beserta makanan lainnya yang menggoda selera serta sehat karena tanpa bahan pengawet dan bahan kimia. Selain makanan dipasar ini juga dijual berbagai jenis pakaian, mainan anak-anak serta barang-barang lainnya di butuhkan oleh masyarakat. Kekuatan lainnya adalah makanan yang dijual dipasar ini dijual dengan harga yang terjangkau. Untuk 1 porsi Serombotan dijual dengan harga Rp. 5.000,-. Sedangkan untuk jajanan tradisional dijual dengan harga mulai dari Rp. 1.000 – 5.000,-. Hal ini menyebabkan banyak pengunjung yang datang ke pasar ini untuk makan malam. Kekuatan lainnya adalah pasar ini terletak dilokasi yang sangat strategis, dijangung kota Klungkung. Pasar ini berseberangan dengan Monumen Puputan Klungkung yang banyak dikunjungi oleh warga untuk duduk santai bersama keluarga sambil menikmati pemandangan Air Mancur Menari serta sering dijadikan tempat untuk pertunjukan seni seperti lomba Ogoh-Ogoh dan tempat pertunjukan Barong Bangkung. Peluang lainnya adalah Pasar Senggol Klungkung berjarak \pm 50 meter dari

objek wisata Kertha Gosa, sehingga wisatawan yang telah usia mengunjungi Kertha Gosa di sore hari bisa mampir menikmati kuliner khas Klungkung di Pasar Senggol ini. Pasar Senggol ini juga memiliki tempat parkir yang aman dan luas bagi kendaraan roda 2 maupun roda 4.

4.1.2 Weakness (Kelemahan)

Beberapa faktor yang menjadi kelemahan dalam pengembangan Pasar Senggol Klungkung adalah kurangnya pengetahuan tentang Hygiene dari pedagang. Pada saat pedagang menyajikan makanan tanpa memakai sendok capit atau tanpa sarung tangan plastik. Disatu sisi pedagang juga langsung menerima pembayaran secara tunai dari konsumen. Setelah menerima uang pembayaran pedagang tidak serta merta mencuci tangan sebelum menyentuh dan menyajikan makanan. Hal ini dapat menyebabkan adanya perpindahan kuman / debu dari uang ke makanan. Kelemahan lainnya adalah Pasar Senggol ini kurang nyaman dikunjungi pada saat musim hujan, karena infrastrukturnya tidak permanen. Para pedagang menjual barang dagangan mereka diatas gerobak dorong serta beratap kan tenda.

4.1.3 Opportunities (Peluang)

Opportunities atau peluang yang dimiliki oleh Pasar Senggol Klungkung adalah semakin meningkatnya minat masyarakat dunia untuk melakukan wisata kuliner. Wisatawan berkunjung ke suatu tempat untuk menikmati makanan khas suatu daerah. Peluang lainnya adalah kuliner khas Klungkung, Serombotan, akan diusulkan sebagai warisan budaya tak benda nasional ke Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Suputra, 2019). Hal ini sejalan dengan upaya

pemerintah melalui Kemenparekraf untuk mewujudkan Indonesia menuju destinasi kuliner terfavorit di dunia (Bisnis.com, 2014). Peluang berikutnya adalah kemajuan teknologi yang dapat dijadikan sebagai media promosi untuk memperkenalkan Pasar Senggol Klungkung ini secara luas.

4.1.4 Threats (Ancaman)

Faktor yang menjadi ancaman dalam pengembangan Pasar Senggol Klungkung adalah semakin merebaknya usaha yang menjual makanan / kuliner yang sedang digemari oleh warga. Contohnya adalah tempat makan yang menjual makanan fast food dan jenis lainnya yang sedang menjadi trend dikalangan anak muda. Seperti Ayam Geprek dan makanan yang terbuat dari mie instan yang dijual dengan tingkat/level kepedasan yang bervariasi sesuai dengan selera kawula muda, mulai merebak dikota Klungkung sehingga menyebabkan berkurangnya minat generasi muda terhadap makanan tradisional.

4.2. Strategi Pengembangan Pasar Senggol Klungkung

4.2.1 Strategi SO (Strength- Opportunities)

Strategi strength - opportunities merupakan strategi pengembangan dengan mengedepankan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Pengembangan potensi yang dimiliki oleh Pasar Senggol Klungkung diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi perekonomian masyarakat serta melestarikan eksistensi dari makanan tradisional. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya adalah menjaga cita rasa makanan yang dimiliki agar tetap menjadi ciri khas yang tidak dapat ditemukan di daerah lain. Peran pemerintah sangat diperlukan untuk mempromosikan dan mengenalkan pasar ini kepada wisatawan yang

berkunjung ke obyek wisata Kertha Gosa. Bagi wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Kertha Gosa agar menikmati kuliner khas Klungkung di pasar Senggol ini. Upaya lainnya adalah mempromosikan Serombotan Klungkung sebagai salah satu makanan tradisional yang patut untuk dicoba karena selain memiliki cita rasa tersendiri Serombotan memiliki nilai gizi yang tinggi karena diolah dari berbagai jenis sayuran yang segar dengan metode memasak yaitu direbus, tanpa bahan pengawet dan bahan kimia. Promosi ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melalui akses internet, serta melakukan berbagai upaya seperti pameran kuliner tradisional yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mengajak masyarakat luas untuk menikmati makanan tradisional.

4.2.2 Strategi ST (Strength- Threats)

Strength - Threats (Kekuatan-ancaman) merupakan strategi pengembangan dengan mengedepankan potensi dan menghindari ancaman. Potensi yang dimiliki oleh Pasar Senggol Klungkung yang menawarkan berbagai makanan tradisional dapat dijadikan sebagai kekuatan untuk mengantisipasi ancaman yang ada berupa merebaknya pedagang kuliner makanan modern yang banyak diminati oleh kawula muda. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan membuat inovasi tanpa mengubah citarasa serta identitas dari masakan tradisional tersebut. Misalnya dengan membuat bumbu dengan level pedas yang berbeda, sesuai dengan trend saat ini. Selain itu, upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menambah variasi menu makanan yang berbeda, sehingga pengunjung bisa memiliki pilihan makanan sesuai dengan diinginkan, serta kreatif dalam menyajikan makanan agar para generasi muda merasa percaya diri untuk menikmati kuliner yang dijual Pasar Senggol ini.

4.2.3 Strategi WO (Weakness- Opportunities)

Weakness- opportunity (kelemahan – peluang) merupakan strategi pengembangan dengan cara mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu kelemahan adalah kurangnya pemahaman tentang hygiene makanan, dimana para pedagang menyajikan makanan tanpa menggunakan sendok caprit dan sarung tangan. Disaat bersamaan pedagang menerima pembayaran berupa uang tunai dari pembeli. Hal ini dapat menyebabkan makanan yang disajikan dapat terkontaminasi dengan kuman yang mungkin menempel pada uang melalui tangan pedagang. Sehingga pemakaian sendok caprit ini sangat diajurkan untuk menjaga kebersihan makanan. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada berupa kemajuan teknologi adalah dengan menerima pembayaran non tunai melalui teknologi yang sedang berkembang yaitu salah satunya adalah QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Dengan pembayaran non tunai ini, pedagang tidak perlu lagi menerima pembayaran secara tunai, sehingga makanan yang disajikan bisa terhindar dari kontaminasi kuman. Selain itu upaya yang dapat dilakukan untuk memanfaatkan peluang yang ada adalah : menyediakan pelayanan delivery service. Perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan pesan antar (delivery service). Sehingga pada saat musim hujan konsumen tetap bisa berbelanja secara online di pasar Senggol ini.

4.2.4 Strategi WT (Weakness -Threath)

Weakness -Threath (kelemahan- ancaman) merupakan strategi mengatasi kelemahan serta meminimalisir ancaman yang ada. Faktor yang menjadi kelemahan dari pasar Senggol Klungkung berupa kurangnya hygiene serta ancaman berupa semakin banyaknya

bermunculan usaha yang menjual makanan modern yang disukai oleh kawula muda. Strategi yang dapat dilakukan untuk meminimalisir kelemahan serta ancaman yang ada dengan memberikan edukasi kepada para pedagang tentang perlunya meningkatkan kebersihan diri serta makanan untuk menghindari konsumen terinfeksi kuman dan bakteri maupun penyakit akibat mengkonsumsi makanan yang dijual dipasar ini. Penyuluhan dari instansi terkait tentang hygiene makanan, kebersihan diri serta cara melayani konsumen dengan baik. Jika pelayanan yang diberikan baik serta makanan yang dijual terjaga kebersihan dan hygienenya maka diharapkan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

5 PENUTUP

Pasar Senggol Klungkung memiliki berbagai potensi serta peluang untuk dikembangkan sebagai salah satu destinasi wisata kuliner di Bali. Di pasar ini dijual berbagai jenis makanan tradisional dengan cita rasa tersendiri salah satunya adalah Serombotan. Serombotan sebagai kuliner tradisioanal khas kabupaten Klungkung, memiliki citarasa yang unik serta memiliki nilai gizi yang tinggi karena terbuat dari sayur-sayuran segar yang diolah dengan metode memasak yaitu di rebus dan di blanching (disiram dengan air panas dalam waktu yang singkat), kemudian disajikan dengan bumbu kepala dibakar dan dilengkapi dengan saos kacang. Pasar Senggol ini terletak di lokasi yang sangat strategis, di jantung kota Klungkung yang berjarak \pm 10 meter dari Monumen Puputan Klungkung dan \pm 50 meter dari obyek wisata Kertha Gosa. Peluang yang dimiliki berupa kemajuan teknologi dapat dijadikan sebagai media promosi agar pasar Senggol ini dikenal secara luas. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan yaitu Strategi SO (Strength- Opportunities) yaitu dengan mempertahankan citarasa kuliner khas

yang dimiliki oleh kabupaten Klungkung serta memanfaatkan peluang berupa internet sebagai media promosi agar kuliner khas Klungkung dikenal secara luas sejalan dengan program pemerintah yang mencanangkan kuliner Indonesia menuju destinasi kuliner terfavorit di dunia. Strategi ST (Strength- Threats) dengan melakukan inovasi tanpa mengubah citarasa khas kuliner tradisional serta menambah variasi makanan agar konsumen memiliki variasi makanan yang beragam saat berkunjung ke Pasar Senggol ini. Strategi WO (Weakness- Opportunities) yang dilakukan yaitu dengan mempergunakan aplikasi salah satunya QRIS sebagai pembayaran non tunai, serta menyiapkan pelayanan *delivery order*. Strategi WT (Weakness -Threath) berupa pemberian pelatihan dan penyuluhan tentang pentingnya menjaga kebersihan diri dan makanan yang dijual serta penyuluhan tentang cara melayani konsumen dengan baik, pengemasan produk yang menarik agar mampu menciptakan ketertarikan konsumen untuk menikmati makanan yang dijual di Pasar Senggol ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I. and Silmi, N. F. (2022) 'Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Tangerang Dengan Matriks Swot Dan Analisis Qspm (Studi Kasus Kawasan Laksa Tangerang)', *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), pp. 141–160.
- Besra, E. (2012) 'Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang', *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1), pp. 74–101.
- Bisnis.com (2014) 'Indonesia Menuju Destinasi Wisata Kuliner Terfavorit Dunia', *Bisnis.com*.
- Carmelita, C. (2011) 'Faktor-faktor

Pembentuk Kota Bandung sebagai Destinasi Wisata Kuliner berdasarkan Pendapat Wisatawan Domestik', 5 *Universitas Kristen Petra*, (1985), pp. 5–30.

Danil Novril, Kusai, H. H. (2017) 'Danil Novril 1), Kusai 2), Hamdi Hamid 2'.

I Putu Gde Sukaatmadja, Ni Nyoman Kerti Yasa, H. R. (no date) 'STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI BALI', pp. 256–265.

Kompasiana.com (2010) 'Pasar Senggol', *Kompasiana.com*. Available at: <https://www.kompasiana.com/erolist/54ff0491a33311311150f88a/pasar-senggol>.

Ratnasari, K., Levyda, L. and Giyatmi, G. (2020) 'Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata Di Pulau Belitung', *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), pp. 93–106. doi: 10.26905/jpp.v5i1.4788.

Sasongko, I., Setiawan, A. and Purnama, Y. S. (2019) 'Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang', *Perencanaan Wilayah dan Kota*, 3, pp. 34–67.

Suputra, E. M. (2019) 'Serobotan Kuliner Khas Klungkung Akan Diusulkan Jadi Warisan Budaya Artikel ini telah tayang di Tribun-Bali.com dengan judul Serobotan Kuliner Khas Klungkung Akan Diusulkan Jadi Warisan Budaya, <https://bali.tribunnews.com/2019/10/08/serobotan-kuliner-k>', *Tribun Bali.com*. Available at: <https://bali.tribunnews.com/2019/10/08/serobotan-kuliner-khas-klungkung-akan-diusulkan-jadi-warisan-budaya>.

Sutrisnawati, N. K. *et al.* (2021) 'Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai

Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari', *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1), pp. 37–46. doi: 10.53356/diparojs.v2i1.45.

Wahyudi, R. (2019) 'Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang', *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(1), p. 37. doi: 10.33370/jpw.v21i1.292.

Profil Penulis

I Ketut Saskara. lahir di Pangkung Buluh, 23 Juni 1959. beralamat tinggal di Jalan Genetri Gang III no.124x Denpasar. Telah menyelesaikan pendidikan S1 tahun 1987 di Fakultas Sastra, Universitas Udayana, jurusan bahasa dan Sastra Inggris. Telah menyelesaikan pendidikan S2 tahun 2012 di Kajian Pariwisata, Universitas Udayana. Saat ini bekerja sebagai dosen di Akademi Pariwisata Denpasar. Mulai mengajar dari tahun 2006 sampai sekarang. Mengampu mata kuliah Bahasa Inggris Profesi 1, Tata Graha (team teaching) dan Geografi Pariwisata Internasional. Telah mengikuti Sertifikasi Dosen sebanyak 4 (empat) kali yaitu tahun 2016, 2017, 2018 dan di tahun 2020 sudah dinyatakan lulus dan sudah mendapat Sertifikat Mengajar. Sebelum menjadi dosen, pernah bekerja di Travel Agent Pt. Vayatur Denpasar dari tahun 1988 - 1996 dan pernah juga bekerja di Travel Agent Toureast Denpasar, dari tahun 1997 - 2005, masing masing sebagai guide yang berbahasa Inggris. Hobi : main catur, main bulu tangkis, berkebun nanam pohon albesia, touring Vespa dan traveling.

Ni Ketut Sutrisnawati lahir di desa Akah Kabupaten Klungkung pada tanggal 20 Desember 1980. Penulis menyelesaikan pendidikan Diploma 4 di Sekolah Tinggi

Pariwisata Nusa Dua Bali dan melanjutkan Studi Magister Program double degree Indonesia -Perancis. Setelah menamatkan jenjang pendidikan S2, penulis bekerja sebagai staf pengajar di Akademi Pariwisata Denpasar. Penulis memiliki kegemaran melakukan perjalanan wisata. Penulis memiliki ketertarikan untuk melaksanakan penelitian sebagai bagian dari Tridarma perguruan tinggi. Topik yang menarik bagi penulis adalah topik yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata yang mengedepankan pariwisata yang berkelanjutan serta mengutamakan pelestarian alam lingkungan serta budaya. Harapan penulis agar penelitian yang dihasilkan dapat bermanfaat.