



STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR SENGGOL TABANAN SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER DI BALI

I Ketut Ardiasa¹⁾ iketutardiasa39@gmail.com

I Wayan Wirawan²⁾ wayanmebalik@gmail.com

Ni Gutu Ayu Nyoman Budiasih⁴⁾ gustiayubudiasih86@gmail.com

^{1.2.3.4.} Dosen Akademi Pariwisata (AKPAR) Denpasar

ABSTRAK

Tabanan adalah salah satu kabupaten yang ada di Bali yang mempunyai banyak potensi wisata. Salah satunya adalah potensi kuliner. Destinasi kuliner untuk masyarakat setempat yakni Pasar Senggol. Pasar Senggol Tabanan ialah pasar tradisional dan dibuka dari sore hari hingga malam hari. Di dalam pasar ini menjual bermacam macam jenis masakan tradisioanl yakni Sayur Gonde Suna Tabya yang merupakan ikon kuliner kabupaten Tabanan, klepon jajanan tradisional dan kuliner yang lainnya. Pasar Senggol Tabanan mempunyai banyak potensi yang bisa dikembangkan menjadi salah satu destinasi kuliner di Bali. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pasar Senggol Tabanan sebagai destinasi wisata kuliner di Bali. Penelitian ini menggunakan teknik analisis dekskriptif kualitatif. Data primer didapatkan dengan 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 dibahas. Pengumpulan data yang berupa potensi, peluang, kelemahan dan ancaman yang dianalisis menggunakan metode Matrik SWOT . Hasil penelitian menunjukkan pasar senggol Tabanan mempunyai potensi yang sangat baik untuk bisa dikembangkan menjadi destinasi wisata kuliner. Pasar ini menjual bermacam macam jenis masakan tradisional dengan cita rasa tersendiri, dan bergizi serta tidak mengandung bahan pengawet yang berbahan kimia. Pasar ini juga berada di pusat kota Tabanan, disekitar patung Sagung Ayu Wah yang mempunyai nilai sejarah, serta wafat pada saat melawan penjajah Belanda di Bali khusus di Tabanan.

Kata Kunci: Pasar Senggol, Tabanan , Destinasi Wisata Kuliner

ABSTRACT

Tabanan is one of the districts in Bali which has many tourism potentials, one of which is culinary potential. The culinary destinations for the local people is Pasar Senggol. Pasar Senggol Tabanan is a traditional market and is open from the afternoon until the evening. In this market offers many types of traditional dishes namely Sayur Gonde Suna Tabya (sayur gonde mixed chili garlic)that is a culinary icon of Tabanan district, klepon (made of rice flour filled with red sugar,a little salt and steamed process and gives dressing the coconut grater), traditional snacks and other culinary delights. Pasar Senggol Tabanan has many potentials which can be developed to become one of the

culinary destinations in Bali. The purpose of study is to find out what the strategy for developing Pasar Senggol Tabanan as a culinary tourism destination in Bali. This study used the qualitative descriptive analysis technique. Primary data was obtained through direct observation at the research location and interviews with traders at the research location, while the 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 shown that Pasar Senggol Tabanan has the great potential to be developed as a culinary destination. This market offers a lot of traditional dishes that have its own taste and contains a good nutrition and without preservative of chemical. It is located in the centre of Tabanan city, near to Sagung Ayu Wah statue that had hictorical story and died during fighting to dutch war in Tabanan.

Keywords: Senggol Market, Tabanan, 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, maupun wisata Kuliner. Kuliner merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengolahan dan penyajian makanan dan minuman. 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 berkaitan dengan banyak hal misalnya adanya kegiatan memasak dan mengkonsumsi makanan, terkadang adanya beberapa makanan, yang bekaitan dengan 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).

Tabanan adalah salah satu kabupaten dari 9 kabupaten dan Kodya di Bali. Luas wilayah Kabupaten Tabanan ± 839,33KM² atau 14.,90 % dari luas Propinsi Bali. Kabupaten ini

mengembangkan daerah agraris (pertanian) sehingga menjadi lumbung padi di Propinsi Bali. Disamping itu daerah ini juga memiliki banyak daerah destinasi wisata yakni : Pura Tanah Lot, Pura Luhur Batukaru, Pura Ulun Danu Beratan, Kebun Raya Bedugul (Botinical Garden) Taman Kupu-Kupu, Alas Kedaton Monkey Forest, Museum Subak dan Jatiluwih rice terraces, dan sebagainya(<https://tabanankab.go.id>> home > t.. . Kerajaan Tabanan berkaitan dengan kerajaan Majapahit dan yang menjadi raja pertama di Tabanan adalah Arya Kenceng ((<https://www.kompas.com>)). Kabupaten ini juga mempunyai berbagai destinasi wisata seperti daya tarik wisata sejarah, seni dan budaya, keindahan alam yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Tabanan. Salah satu destinasi yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Pasar Senggol Tabanan.

Pasar Senggol Tabanan ialah pasar tradisional yang dibuka mulai pukul 15.00 WITA- 23.00 WITA. Pasar ini menjual berbagai jenis makanan tradisional salah satu ialah makanan khas Tabanan yang memiliki keunikan rasa yakni Sayur Gonde Sune Tabye maupun makanan nusantara lainnya yang bisa menggugah selera untuk makan yang dijual dengan harga yang sangat terjangkau. Disamping itu, di pasar ini juga menjual seperti pakaian, buku, mainan anak-anak, dan lain sebagainya. Pasar Senggol ini berada di lokasi yang sangat strategis yaitu di pusat kota Tabanan yang berdekatan dengan patung Sagung Ayu Wah serta berjarak \pm 5 km dari Museum Subak Tabanan. Meskipun memiliki berbagai daya tarik wisata yang berupa potensi dimiliki, namun pasar senggol ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat Bali serta wisatawan mancanegara. Oleh sebab 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 Tabanan menjadi destinasi wisata kuliner di Bali. Dengan adanya pengembangan ini diharapkan agar potensi yang dimiliki oleh Pasar Senggol Tabanan 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 penelitian yang sebelumnya seperti Jurnal Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata di Pulau Belitung oleh Ratnasari, dkk tahun 2020. Dalam penelitian ini (Ratnasari, dkk) menjelaskan 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). Jurnal berikutnya yang dijadikan acuan ialah jurnal Potensi Wisata Kuliner dalam mendukung Pariwisata di kota Padang (Besra, 2012). Tujuan dari penelitian ini adalah 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 analisis data yang dipergunakan yaitu analisis 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 . Peran serta perguruan tinggi dalam memberikannya 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 (Ardiansyah dan Silmi, 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 dan 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 sebab 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 di bangun 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 dinamakan pasar sengol (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 yang 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 bisa berfungsi sebagai media hubungan antara orang satu dengan orang yang lain, sehingga bisa membentuk hubungan, dan membangun suatu komunitas. Dengan menggabungkan perjalanan serta 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 ada 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 kompetitif, 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, staff pelayan, 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 Tabanan, Kabupaten Tabanan Bali. Penelitian ini menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif. Data primer dalam penelitian adalah hasil observasi 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 (*Strengths, Weaknesses, Opportunitties, Threats*). Hasil dan informasi yang didapat di lokasi penelitian dianalisis untuk mengetahui faktor eksternal dan internal serta kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Pasar Senggol Tabanan.

4. PEMBAHASAN

4.1 Faktor Internal dan Eksternal Pasar Senggol Tabanan

Strategi Pengembangan Pasar Senggol Tabanan 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 Tabanan yang dapat dikembangkan untuk destinasi wisata kuliner antara lain: Pasar senggol Tabanan merupakan pasar tradisional tempat para pedagang menjual berbagai makanan diantaranya adalah makanan khas Tabanan yang memiliki cita rasa tersendiri salah satunya adalah Sayur Gonde Sune Tabye (sayur gonde bawang putih, cabe). Sayur Gonde Sune Tabye merupakan makanan tradisional yang merupakan ikon kuliner kabupaten Tabanan. Sayur Gonde Sune Tabye merupakan makanan yang terdiri dari sayur gonde direbus setelah matang di isi bawang putih (sune), tabye (cabe) diisi garam dan minyak kelapa secukupnya kemudian di ulek setelah sayur gonde yang sudah matang dimasukan kedalam tempat suna tabye dan diaduk hingga merata. Sayur ini bisa disajikan dengan nasi maupun ketupat. Rasanya sangat enak dan sayur gonde ini hanya “tersedia” di kabupaten Tabanan.. Sayur sune tabye ini merupakan makanan yang sehat bagi tubuh karena terbuat dari sayuran segar yang direbus tanpa bahan pengawet dan bahan kimia. Di pasar ini juga tersedia berbagai makanan berupa lauk pauk seperti pepes clengis yang terbuat dari ampas (sisa) dalam pembuatan minyak kelapa, Pepesan pindang (Pepes ikan Laut), Bubur Bali, Kolak Pisang, jajanan tradisional beserta makanan lainnya yang dapat menggoda selera untuk makan. Makanan ini sehat karena tanpa bahan pengawet dan bahan kimia. Di pasar ini juga menjual 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 sayur gonde bisa dijual dengan harga Rp. 5.000,-. Sedangkan untuk jajanan tradisional ada yang dijual dengan harga mulai dari Rp. 1.000 – Rp 5.000,-. Hal ini menyebabkan banyak pengunjung yang datang ke pasar ini untuk makan malam. Kekuatan lainnya adalah pasar ini berada pada tempat yang sangat strategis, di pusat kota Tabanan. Dan pasar ini berada dekat dengan patung Sagung Ayu Wah yang meninggal ketika melawan penjajah Belanda di Tabanan. Disamping itu ada Gedung Ketut Mario diambil dari nama seniman besar (maestro) Tabanan yang tersohor sampai ke luar negeri yang bernama Ketut Mario. Seniman tari ini adalah yang menciptakan tari oleg tambulilingan(<https://baliexpress.jawapos.com>>). Pasar ini juga memiliki tempat parkir untuk kendaraan roda dua (2) maupun roda 4 (empat) yang cukup baik.

4.1.2 Weakness (Kelemahan)

Ada beberapa faktor yang menjadi kelemahan dalam pengembangan Pasar Senggol Tabanan 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 Tabanan 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 Tabanan yakni sayur gonde suna tabye maupun jajan klepon ataupun kuliner tradisional lainnya.

Adapun peluang lainnya adalah kemajuan teknologi yang dapat dijadikan sebagai media promosi untuk memperkenalkan Pasar Senggol Tabanan ini secara luas.

4.1.4 Threats (Ancaman)

Faktor yang menjadi ancaman dalam pengembangan Pasar Senggol Tabanan adalah semakin merebaknya usaha yang menjual makanan / kuliner yang sedang digemari oleh masyarakat. Contohnya adalah tempat makan yang menjual makanan *fast food* dan jenis lainnya yang sedang menjadi trend dikalangan anak muda yakni 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 Tabanan sehingga menyebabkan berkurangnya minat generasi muda terhadap makanan tradisional.

4.2.2 Strategi Pengembangan Pasar Senggol Tabanan

4.2.2.1 Strategi SO (Strength- Opportunities) Strategi strength - opportunities merupakan strategi pengembangan dengan mengedepankan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Pengembangan potensi yang dimiliki oleh Pasar Senggol Tabanan 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 museum subak atau taman kupu kupu. Bagi wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata tersebut agar menikmati kuliner khas Tabanan di pasar Senggol ini. Upaya lainnya adalah mempromosikan sayur gonde sune tabye dan klepon Tabanan adalah merupakan salah satu makanan tradisional yang patut untuk dicoba karena selain memiliki cita rasa tersendiri, sayur gonde ini memiliki nilai gizi yang tinggi karena diolah dari 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.

1. Strategi ST (Strength- Threats)

Strength - Threats (Kekuatan-ancaman) merupakan strategi pengembangan dengan mengedepankan potensi dan menghindari ancaman. Potensi yang dimiliki oleh Pasar Senggol Tabanan 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.

2. 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 capit dan sarung tangan. Disaat

bersamaan pedagang menerima pembayaran berupa uang tunai dari pembeli. Hal ini dapat menyebabkan makanan yang disajikan dapat terkontaminasi dengan kuman / debu 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.

3. Strategi WT (Weakness Threath)

Weakness Threath (kelemahan- ancaman)

merupakan strategi mengatasi kelemahan serta meminimalisir ancaman yang ada. Faktor yang menjadi kelemahan dari pasar Senggol Tabanan 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 higienenya maka diharapkan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

5. PENUTUP

Pasar Senggol Tabanan 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 sayur gonde sune tabye. Sayur ini sebagai kuliner tradisioanal khas kabupaten Tabanan, memiliki citarasa yang unik serta memiliki nilai gizi yang tinggi karena terbuat dari sayur segar yang diolah dengan metode memasak yaitu di rebus dalam waktu yang singkat, kemudian di campur dengan sune (bawang putih),cabe dan diisi minyak kelapa, garam secukupnya kemudian diaduk dan siap untuk disajikan.. Pasar Senggol ini terletak di lokasi yang sangat strategis, di jantung kota Tabanan yang berjarak ± 10 meter dari gedung kesenian Ketut Mario dan berdekatan dengan patung Sagung Ayu Wah. Serta berjarak dari museum subak Tabanan ± 5 km ke pasar senggol ini. Peluang yang dimiliki berupa kemajuan teknologi dapat dijadikan sebagai media promosi agar pasar Senggol ini dikenal secara luas. Strategi pengembangan yang dapat lakukan yaitu Strategi SO (Strength- Opportunities) yaitu dengan mempertahankan citarasa kuliner khas yang dimiliki oleh kabupaten Tabanan serta memanfaatkan peluang berupa internet sebagai media promosi agar kuliner khas Tabanan dikenal secara luas sejalan dengan program pemerintah yang mencanangkan kuliner Indonesia menuju destinasi kuliner terkenal 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) ‘Serombotan Kuliner Khas Klungkung Akan Diusulkan Jadi Warisan Budaya Artikel ini telah tayang di Tribun-Bali.com dengan judul Serombotan Kuliner Khas Klungkung Akan Diusulkan Jadi Warisan Budaya, <https://bali.tribunnews.com/2019/10/08/serombotan-kuliner-k>’, *Tribun Bali.com*. Available at: <https://bali.tribunnews.com/2019/10/08/serombotan-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.

<https://tabanankab.go.id> <home>t..tentang Topografi – Pemerintah Kabupaten Tabanan diakses, 25.10.2024

<https://baliexpress.jawapos.com> >...tentang Prof. Bandem Mengisahkan Perjalanan Hidup I Mario, Maestro....diakses, 25.10.2024

<https://www.kompas.com> > read tentang Kerajaan Tabanan: Sejarah,Raja-raja, Masa Kejayaan, dan....diakses,25.10.2024