

Desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam

Nofialdi¹ ✉, Alizar Hasan²

Magister Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim, Bukittinggi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Agam, Sumatera Barat dengan menggunakan data primer diperoleh dari semua informan melalui teknik observasi, wawancara, dan survey kepada masyarakat tentang pengembangan Wisata Kuliner Gor Rang Agam dengan menggunakan Teknik analisis SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis internal Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam terdapat lima kekuatan yaitu produk berkualitas dan bervariasi, harga terjangkau, lokasi strategis, tersedianya layanan *delivery order* (pesan antar), konsep tempat yang nyaman dan hasil analisis lingkungan eksternal Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam maka diperoleh peluang yaitu sudah memiliki pelanggan tetap, pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, kemajuan teknologi informasi, tidak ada produk substitusi.

Kata Kunci: *Desain Pengembangan Pilot Project, Wisata Kuliner Gor Rang Agam, Strategi Penguatan Pariwisata*

Abstract

This research aims to analyze the design of the Gor Rang Agam Culinary Tourism Pilot Project Development as a Tourism Strengthening Strategy in Agam Regency. This research was conducted in Agam Regency, West Sumatra using primary data obtained from all informants through observation, interviews and community survey techniques regarding the development of the Gor Rang Agam Culinary Tourism using the SWOT analysis technique. The research results show that the results of the internal analysis of the Gor Rang Agam Culinary Tourism Pilot Project show five strengths, namely quality and varied products, affordable prices, strategic location, availability of delivery order services, the concept of a comfortable place and the results of the external environmental analysis of the Tourism Pilot Project Gor Rang Agam Culinary has the opportunity to have regular customers, people's lifestyle patterns and lifestyles are increasingly developing, advances in information technology, and there are no substitute products.

Keywords: *Pilot Project Development Design, Gor Rang Agam Culinary Tourism, Tourism Strengthening Strategy*

✉ Corresponding author :

Email Address : novialdimakmir@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor Pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Keberhasilan pengembangan pariwisata menghasilkan peningkatan aliran devisa ke dalam negeri dan memperkuat mata uang rupiah serta menciptakan kegiatan ekonomi lanjutan seperti pengembangan hotel, restoran dan lain-lain yang mampu menciptakan lapangan kerja, peningkatan daya beli baru, pemakaian jasa transportasi. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pemerintah dan pelaku pariwisata perlu menggali potensi wisata yang ada di daerah di Sumatera Barat, baik potensi wisata alam, wisata budaya dan sejarah serta memanfaatkan potensi makanan khas daerah menjadi potensi wisata kuliner (Widyastutik et al., 2020).

Kabupaten Agam menjadi salah satu destinasi wisata alam yang juga sering dikunjungi di Provinsi Sumatera Barat. Kabupaten yang beribukotakan Lubuk Basung ini memiliki banyak potensi wisata yang bisa di kunjungi dan dikembangkan mulai dari pesisir tepi pantai hingga puncak gunung, diantaranya Kawasan Wisata Pantai Tiku, Kawasan Wisata Pantai Bandar Mutiara, Kawasan Wisata Muko-Muko, Air Terjun Gadih Ranti, Air Tigo Raso, Janjang Koto Gadang, Bunga Raflesia, Tarusan Kamang, Ngalau Kamang, Panorama Ambun Pagi, Panorama Ambun Tanai dan Panorama Puncak Lawang. Selain wisata alam, Kabupaten Agam juga memiliki potensi wisata sejarah dan budaya diantaranya, Museum Rumah Kelahiran Buaya Hamka, Makam Tuanku Nan Rentjeh, Monumen Pesawat Avro Anson RI003 dan Masjid Kuno Mingkudu.

Pemerintah Propinsi Sumatera Barat dan pelaku usaha perlu mencermati peluang untuk memperkenalkan kuliner khas Minang kepada wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan asing maupun lokal. Penyebaran informasi yang begitu cepat, membuat perburuan kuliner memang menjadi semakin seru. Hal ini merupakan tantangan bagi pemerintah Sumatera Barat dan pelaku usaha dalam melihat peluang dan memanfaatkan kuliner khas Minang menjadi sebagai potensi dalam mendukung wisata kuliner di Sumatera Barat.

Gor Rang Agam beralamat di Jl. Koto, Lubuk Basung, Kec. Lubuk Basung, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26452, Indonesia. Gor Rang Agam merupakan salah satu gelanggang olahraga / GOR di Kabupaten Agam. GOR ini memfasilitasi pertandingan atau turnamen seperti futsal, basket, badminton, tennis, volly dan lainnya. Masyarakat juga dapat memanfaatkan GOR ini untuk olahraga akhir pekan atau *weekend* dengan jogging, jalan santai dan olahraga ringan lainnya. Kini di Lubuk Basung telah ada berbagai infrastruktur dan sarana umum yang memadai dan hampir sama baiknya dengan apa yang dimiliki oleh ibu kota kabupaten lain di Sumatera Barat.

Sebuah gedung olah raga yang bisa digunakan untuk kegiatan olah raga seperti bola voli, bulu tangkis dan bela diri bahkan dipakai juga untuk acara pagelaran seni, resepsi HUT RI, Rapat Umum DPRD, pelantikan pejabat, belakangan digunakan untuk resepsi pernikahan. Sekitar GOR dibuat taman bermain ditanami dengan aneka tanaman buah-buahan sebagai wujud Gerakan Agam Menyemai. Hasilnya terlihat lingkungan sekitar GOR Agam tampak asri dan nyaman, sehingga menjadi tempat bermain yang menyenangkan. Salah satu sarana utama di areal ini adalah sebuah lapangan sepakbola lengkap dengan gawang, satu disebelah utara dan satunya disebelah selatan. Jenis rumput yang ditanam di lapangan sepakbola ini bukan rumput sembarangan, yakni jenis zoisa matrella, jenis rumput standar yang dipakai untuk lapangan sepakbola.

Lapangan sepakbola GOR Agam ini cukup datar dan memiliki serapan air yang bagus, karena lapangan ini sudah mengalami renovasi. Sebuah stadion berukuran kecil yang memiliki tribun sebelah barat berdiri kokoh, setidaknya melengkapi sebuah lapangan sepakbola yang tampaknya memang dirancang untuk tempat duduk penonton menyaksikan pertandingan sepak bola. Dengan demikian, lapangan sepakbola di GOR Rang Agam menjadi lapangan sepakbola terbaik selain lapangan sepakbola yang ada di Bukik Hunian sekitar 3 kilometer arah barat kantor bupati. Sejak lapangan dan stadion ini dibuat, tak pernah digelar pertandingan sepak bola disana, kecuali ada latihan-latihan ringan anak sekolah atau pun kelompok-kelompok pemuda. Lapangan sepakbola ini memang tidak bisa digunakan, karena kondisinya bisa membahayakan pemain. Pasalnya, dipinggir lapangan, pas di garis pinggir kiri kanan lapangan terdapat lantai beton melingkari keliling lapangan yang digunakan untuk arena jogging dan maraton warga yang membutuhkan. Karena lapangan ini tidak berfungsi semestinya sehingga pihak pemerintah daerah tertarik untuk membuat wisata kuliner di lingkungan pelataran parkir GOR Rang Agam sebagai strategi penguatan pariwisata di Kabupaten Agam.

Pengembangan wisata kuliner menjadi upaya yang sangat strategis dalam penguatan pariwisata di Gor Rang Agam yang berkarakteristik sebagai pariwisata kota. Pengembangan pariwisata kuliner di Gor Rang Agam mengacu pada empat pilar, meliputi: industri, destinasi, kelembagaan dan pemasaran. Pengembangan tersebut melibatkan *stakeholder* dari berbagai unsur, baik pemerintah, swasta, maupun masyarakat. Program prioritas dan rencana aksi dirumuskan untuk mendukung program percepatan pariwisata kuliner di kawasan Gor Rang Agam. Program prioritas yang diimplementasikan meliputi penguatan posisi makanan khas dan kemitraan. Secara garis besar permasalahan yang dialami yaitu : kurangnya pengetahuan masyarakat, rendahnya pemahaman pelaku *home industry* tentang *branding* pada produk dan kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan digital produk yang dihasilkan. Persaingan yang semakin ketat, masalah regulasi dan perizinan. Kemudian juga tantangan dalam manajemen usaha dan operasional. Para pelaku usaha di industri ini untuk tetap berinovasi, memahami pasar. Selain itu, juga memiliki strategi yang kuat untuk bersaing dan berkembang di tengah persaingan yang semakin sengit tidak terkecuali dalam investasi peralatan pengolahan makanan dan pengemasan. Beberapa di antaranya adalah efisiensi biaya, ketersediaan dan akses, kualitas peralatan, after sales dan menemukan para penjual/penyedia yang bertanggungjawab. UMKM Kuliner dapat diberikan pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan peralatan pengolahan makanan dan pengemasan dengan efektif dan aman, melalui *platform* digital, media sosial, serta bekerja sama dalam program pemerintah. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam.

TINJAUAN LITERTUR

Pengembangan Wisata Kuliner

Pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna. Beberapa bentuk produk pariwisata alternatif yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu pariwisata budaya (*cultural tourism*), ekowisata (*ecotourism*), pariwisata bahari (*marine tourism*), pariwisata petualangan (*adventure tourism*), pariwisata agro (*agrotourism*), pariwisata pedesaan (*village tourism*), gastronomi (*culinary tourism*), dan pariwisata spiritual (*spiritual tourism*) (Besra, 2021).

Wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain *bahwa* wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut. Saat ini wisata kuliner adalah sebuah segmen industri pariwisata yang sedang berkembang dan seringkali dikaitkan

dengan berbagai aktivitas budaya, kegiatan bersepeda (*cycling*), dan jalan santai (*walking*) (Deo et al., 2020).

Strategi Pemasaran

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang mempunyai fokus tujuan jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Yunus, 2016).

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang (Aisyah, 2020). dan Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan (Yulia et al., 2019)

Marketing Mix

Marketing mix (Bauran Pemasaran Jasa) Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah marketing mix strategy yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (1997) yang menyatakan bahwa *marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm bleads to produce the response it wants in the target market*".

Digital Marketing

Perubahan yang pesat dalam bidang teknologi dan perubahan pola pikir dunia yang berubah begitu cepat, maka seorang pengusaha perlu meningkatkan dan memberikan perubahan diberbagai sistem pemasaran. Memperbarui sistem pemasaran tradisional menuju digital merupakan salah satu keputusan yang baik dan efektif bagi perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa. Di dukung oleh teknologi yang maju maka pengusaha, pembisnis termasuk konsumen dapat merasakan kemudahan dan keefektifan pada *digital marketing*.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Agam, bertujuan untuk menganalisis Desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam dengan menggunakan data primer diperoleh dari semua informan melalui teknik observasi, wawancara, dan survey kepada masyarakat tentang pengembangan Wisata Kuliner Gor Rang Agam.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Matrik SWOT (*Steght, Weakness, Ooppportunnities, Treats*). Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pembuat keputusan untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (Kekuatan-Peluang), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan Ancaman) dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman). Identifikasi faktor-faktor eksternal dan internal dilakukan secara interaktif antara responden dan peneliti. Sehingga faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam matriks SWOT berdasarkan hasil kajian dari peneliti yang sudah didiskusikan dengan responden. Matrik SWOT digunakan untuk

menyusun strategi perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dalam penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Lingkungan Internal Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi dalam Desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab dan observasi atau pengamatan langsung, dengan menggunakan strategi pemasaran yang terdiri dari bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physic*).

1.1 Bauran Pemasaran Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam

Faktor internal Desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi permintaan produk Wisata Kuliner diantaranya terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik, akan dijelaskan lebih lanjut berikut ini :

1. Produk (*Product*)

Strategi produk merupakan strategi yang paling penting untuk dikembangkan karena produk inilah yang dikonsumsi dan dimanfaatkan secara langsung oleh konsumen. Strategi produk yang akan dilakukan oleh Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah Wisata Kuliner dengan cita rasa yang khas dan kualitas yang bagus dengan berbagai macam pilihan variasi dan unik. Hal tersebut yang akan dilakukan oleh Wisata Kuliner Gor Rang Agam agar calon konsumen mudah dalam memilih makanan yang mereka inginkan. Produk utama yang akan dijual di Wisata Kuliner Gor Rang Agam ini adalah makanan ciri khas daerah, makanan modern dan kekinian yang diminati semua kalangan.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi dalam menetapkan harga produk dapat dilakukan dengan menganalisis kelebihan dan kelemahan produk yang dimiliki. Harga ditetapkan dengan pertimbangan kualitas produk yang ditawarkan di Wisata Kuliner Gor Rang Agam. Strategi harga lainnya yang akan ditetapkan di Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah menetapkan harga paket untuk pembelian produk dengan harga jual yang terjangkau. Strategi harga yang akan diterapkan Wisata Kuliner Gor Rang Agam yaitu menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk yang dijualnya.

3. Tempat (*Place*)

Wisata Kuliner Gor Rang Agam yang akan didirikan dapat dikatakan sebagai pedagang pengecer karena langsung menjual ke tangan konsumen akhir, oleh karena itu pemilihan lokasi Wisata Kuliner harus mudah terjangkau oleh konsumennya. Gor Rang Agam beralamat di Jl. Koto, Lubuk Basung, Kec. Lubuk Basung, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26452, Indonesia. Gor Rang Agam merupakan salah satu gelanggang

olahraga / GOR di Kabupaten Agam. Pemilihan lokasi tersebut strategis dimana lapangan ini digunakan untuk arena jogging dan maraton warga yang membutuhkan. Sehingga pihak pemerintah daerah tertarik untuk membuat wisata kuliner di lingkungan pelataran parkir GOR Rang Agam Kabupaten Agam.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk yang dijual dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Strategi promosi yang akan dilakukan oleh Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah pemberitaan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan WhatsApp Business. Dimana keempat media sosial tersebut merupakan sarana utama yang akan digunakan dalam melakukan pengenalan produk Wisata Kuliner Gor Rang Agam. Memaksimalkan semua fitur pada media sosial Instagram, Facebook, Tiktok, dan WhatsApp Business yang akan digunakan untuk meningkatkan jangkauan produk. Selain itu Wisata Kuliner Gor Rang Agam juga akan menggunakan Google Bisnis untuk memperluas jangkauan serta mencantumkan alamat ke dalam Google map.

5. Orang (*People*)

Usaha akan berhasil apabila ditunjang dengan sumber daya manusia yang terampil dan berkualitas. Wisata Kuliner Gor Rang Agam yang akan dibangun harus didukung oleh masyarakat sekitar yang terampil dalam membuat kuliner makanan ataupun minuman yang unik, memiliki ciri khas dan cita rasa yang enak. Selain terampil masyarakat juga dituntut untuk memiliki sifat yang ramah terhadap konsumennya, dan dituntut memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk yang dijualnya. Keramahan masyarakat membuat para konsumen merasa nyaman untuk membeli secara tidak langsung akan merekomendasikan dengan baik. Pengetahuan mengenai produk sangat diperlukan karena beberapa konsumen yang merupakan konsumen kritis biasanya mengajukan pertanyaan-pertanyaan, dengan dibekali pengetahuan tentang produk maka dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dan konsumen akan merasa puas.

6. Proses (*Process*)

Proses merupakan semua kegiatan yang dapat dikoordinasikan dengan baik untuk mencipatakan kualitas serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen kepada Wisata Kuliner Gor Rang Agam, karena selain kuliner, konsumen pun memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Strategi proses yang akan dilakukan oleh Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah peningkatan keterampilan masyarakat dalam membuat kuliner.

7. Fisik (*Physic*)

Bukti fisik merupakan petunjuk visual yang memberikan bukti atas kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, seperti sarana pendukung, dekorasi ruangan, warna bangunan dan kebersihan toko. Strategi fisik yang akan diberikan oleh Wisata Kuliner Gor Rang Agam untuk konsumennya adalah kualitas kuliner yang ditawarkan, kenyamanan dan kebersihan tempat.

1.2 Identifikasi Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam

1. Kekuatan

a) Produk Berkualitas Tinggi dan Variatif

Wisata Kuliner Gor Rang Agam yang akan dijual adalah kuliner yang memiliki kualitas yang baik, unik, beragam dan memiliki ciri khas daerah dan kuliner makanan modern. Produk Wisata Kuliner yang akan dijual sangat beragam tidak hanya kuliner

khas daerah atau kuliner tradisional akan tetapi juga kuliner modern. Produk yang sangat variatif ini memberikan berbagai pilihan makanan ataupun minuman.

b) Harga Terjangkau

Harga jual makanan Wisata Kuliner Gor Rang Agam terjangkau, inilah yang menjadi kekuatan pada usaha ini. Penentuan harga pun ditetapkan dengan pertimbangan kualitas kuliner yang disediakan. Strategi harga lainnya yang ditetapkan adalah menetapkan harga paket untuk pembelian. Dalam hal ini Wisata Kuliner Gor Rang Agam akan menetapkan harga yang terjangkau, akan tetapi Wisata Kuliner Gor Rang Agam memiliki komitmen dalam kualitas rasa yang dijualnya.

c) Lokasi Strategis

Wisata Kuliner Gor Rang Agam beralamat di Jl. Koto, Lubuk Basung, Kec. Lubuk Basung, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26452, Indonesia. Gor Rang Agam merupakan salah satu gelanggang olahraga / GOR di Kabupaten Agam. Pemilihan lokasi tersebut strategis dimana lapangan ini digunakan untuk arena jogging dan maraton warga yang membutuhkan. Sehingga pihak pemerintah daerah tertarik untuk membuat wisata kuliner di lingkungan pelataran parkir GOR Rang Agam Kabupaten Agam.

d) Menyediakan Layanan *Delivery Order* (Pesanan Antar)

Wisata Kuliner Gor Rang Agam akan menyediakan layanan *delivery order* (pesanan antar) kepada konsumen, agar dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan kuliner yang mereka inginkan. Dalam pesanan antar harus memiliki orang khusus untuk bekerja mengantarkan pesanan ketangan konsumen langsung. Hal ini lah yang membuat kekuatan dalam Wisata Kuliner Gor Rang Agam yang akan dibuat, bagi konsumen yang menginginkan dengan mudah dan cepat memesan melalui media online seperti Instagram, Facebook, Tiktok, WhatsApp Business. Tanpa harus datang langsung.

e) Konsep Yang Nyaman

Gor Rang Agam merupakan salah satu gelanggang olahraga / GOR di Kabupaten Agam. Pemilihan lokasi tersebut strategis dimana lapangan ini digunakan untuk arena jogging dan maraton warga yang membutuhkan, sambil olahraga atau melakukan aktivitas lain masyarakat atau orang yang sedang berwisata ke Gor Rang Agam dapat menikmati langsung wisata kuliner yang disediakan di dalam Gor Rang Agam.

2. Kelemahan

a) Bahan Baku Yang Tidak Tahan Lama Dan Mudah Busuk

Bahan baku untuk membuat kuliner ini tidak tahan lama, sehingga apabila disimpan terlalu lama maka akan busuk. Serta dalam proses pengiriman bahan baku dari pemasok sampai ke pemilik memiliki resiko dalam proses pengiriman.

b) Promosi Belum Maksimal

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Wisata Kuliner Gor Rang Agam yaitu dengan membuat iklan hanya pada media sosial Instagram, Facebook, Tiktok dan WhatsApp Business. Belum memanfaatkan wadah lain dari media digital, seperti Web, E-Comarncce yang belum secara maksimal dalam proses pemasaran.

c) Kurangnya Tenaga Kerja yang Handal

Dalam membuat kuliner, masih banyak masyarakat yang kurang terampil dalam membuat kuliner modern, sedangkan zaman sekarang sudah banyak orang menyukai kuliner modern. Kebanyakan masyarakat sekitar lebih memiliki keterampilan membuat kuliner tradisional.

Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam berdasarkan Faktor Internal

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
-----------------	----------	-----------

Produk	Produk berkualitas dan bervariasi	Bahan baku yang tidak tahan lama dan mudah busuk
Harga	Harga Terjangkau	
Tempat	Lokasi Strategis	
Promosi		2. Promosi belum maksimal
Orang		3. Kurangnya tenaga kerja yang handal
Proses	Tersedia Layanan Delivery	
Fisik	Konsep tempat yang nyaman	

Sumber: Hasil Pengolahan data, 2024

2. Analisis Lingkungan Eksternal Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam

2.1 Identifikasi Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam

1. Peluang

a) Sudah Memiliki Pelanggan Tetap

Pelanggan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam bisnis. Karna dengan adanya pelanggan, bisnis kita akan dapat bertahan dan berkembang. Menemukan banyak pelanggan atau konsumen baru adalah sebuah tantangan penting dalam setiap bisnis. Kuliner Gor Rang Agam ini sudah memiliki pelanggan setia atau pelanggan tetap, yang selalu membeli kuliner pada saat mereka melakukan aktivitas di Gor Rang Agam. Akan tetapi tempat jualan yang berada di Gor Rang Agam ini belum tersusun rapi.

b) Pola dan Gaya Hidup Masyarakat Yang Semakin Berkembang

Penduduk Kabupaten Agam dari tahun ke tahun semakin meningkat, maka semakin banyak pula konsumen potensial yang dapat menjadi target pasar. Pertumbuhan penduduk Kabupaten Agam seiring dengan berkembangnya gaya hidup masyarakat akan memberikan dampak positif atau peluang bagi usaha Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam. Gaya hidup masyarakat yang semakin membaik dan ingin menikmati sesuatu yang uni, enak, khas dan modern akan membuat permintaan terhadap wisata kuliner tradisional dan wisata kuliner modern semakin meningkat. Khususnya dihari libur masyarakat atau wisatawan akan berkunjung ke Gor Rang Agam untuk melakukan olahraga ataupun jalan santai sambil menikmati wisata kuliner yang akan disediakan Wisata Kuliner Gor Rang Agam. Hal tersebut memberikan peluang bagi Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam.

c) Kemajuan Teknologi Informasi

Kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat semua usaha harus mampu bersaing baik kualitas, sumber daya manusia maupun teknologi informasi. Hal ini dapat memberikan berbagai dampak bagi setiap usaha. Untuk menghindari keusangan dan mendorong inovasi, Wisata Kuliner Gor Rang Agam harus mampu mewaspadai perubahan teknologi yang mempengaruhi usahanya. Teknologi informasi dapat membuka kemungkinan terciptanya inovasi baru, produk baru dan metode baru, serta penyempurnaan pemasaran yang lebih baik. Dampak positif dari kemajuan teknologi bagi Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah kemudahan mengakses informasi dari internet, terutama untuk melihat wisata kuliner tradisional dan wisata

kuliner modern yang sedang berkembang saat ini. Adanya perkembangan teknologi informasi tersebut harus didukung pula oleh sumber daya manusia yang kompeten untuk mengoperasikannya.

d) Tidak Ada Produk Pengganti Atau Substitusi

Dalam berbagai industri, perusahaan bersaing ketat dengan produsen produk pengganti. Produk substitusi dalam jumlah besar, kualitas yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau akan mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk substitusi. Dalam Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam tidak mengkhawatirkan adanya produk pengganti karena produk yang ditawarkan banyak dan bervariasi.

2. Ancaman

a) Persaingan Antar Kuliner Sejenis

Dalam perkembangan suatu usaha tidak lepas dari adanya persaingan, persaingan tersebutlah yang akan membuat suatu usaha akan terus berkembang untuk menjadi lebih baik. Persaingan antar usaha sejenis atau kuliner lainnya menjadi ancaman bagi Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam dikarenakan banyaknya wisata kuliner yang ada di Sumatera Barat. Persaingan akan datang seiring dengan berkembangnya bisnis di pasaran. Untuk menghadapi persaingan maka Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam harus mempunyai strategi yang baik untuk menghadapinya. Persaingan ini mengharuskan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam untuk terus menciptakan inovasi terhadap kulinernya agar memiliki kelebihan dibandingkan dengan pesaingnya.

Untuk mengatasi persaingan maka Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam harus lebih memperhatikan kualitas kuliner yang dijualnya serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan mengikuti tren yang sedang digemari saat ini. Walaupun persaingan dapat dianggap sebagai ancaman, akan tetapi persaingan akan membuat perusahaan menjadi terpacu untuk lebih berinovasi dalam pengembangan diri.

b) Kekuatan tawar menawar pembeli

Konsumen berasal dari daerah Kabupaten Agam dan sekitarnya yang biasanya melakukan pembelian tidak hanya sekali. Konsumen selalu mencari kuliner yang enak dan unik, mencari tren-tren yang sedang digemari pada saat ini. Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam berusaha menyediakan produk yang berkualitas baik, dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Jumlah Wisata Kuliner yang sudah banyak di Sumatera Barat dapat memberikan berbagai pilihan bagi konsumen dalam menentukan pilihannya, sehingga konsumen atau pembeli memiliki kekuatan yang sangat besar dalam hal ini.

Tabel 3. Peluang dan Ancaman Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam berdasarkan Faktor Eksternal

	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal Perusahaan	Sudah memiliki pelanggan tetap Pola dan gaya hidup masyarakat yang berkembang Kemajuan teknologi informasi Tidak ada produk substitusi	1. Tingginya tingkat persaingan 2. Kekuatan tawar menawar pembeli

Sumber: Hasil Pengolahan data, 2024

3. Menyusun dan merekomendasikan alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi Desain Pengembangan Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kabupaten Agam

Dalam analisis SWOT ini terdapat beberapa strategi yang dianggap efektif untuk dijalankan. Matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi. Formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Analisis SWOT untuk Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	1. Produk berkualitas dan variatif 2. Harga terjangkau 3. Lokasi strategis 4. Tersedianya layanan delivery 5. Konsep tempat yang nyaman	1. Bahan baku yang tidak tahan lama dan mudah busuk 2. Promosi belum maksimal 3. Kurangnya tenaga kerja yang handal
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
b) Sudah memiliki pelanggan tetap c) Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang d) Kemajuan teknologi informasi e) Tidak ada produk substitusi	1. Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan produk yang berkualitas dan bervariasi 2. Menawarkan potongan harga (<i>discount</i>) setiap pembelian lebih dari tiga kali dalam seminggu 3. Membuka cabang usaha baru 4. Mempertahankan kualitas dan ciri khas kuliner	1. Melakukan promosi melalui media sosial dan lebih memaksimalkan pemanfaatan digital 2. Meningkatkan keterampilan tenaga kerja
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Tingginya tingkat persaingan 2. Kekuatan tawar pembeli menawar	1. Melakukan inovasi kuliner 2. Menjaga kepercayaan pelanggan	1. Menambah tenaga kerja 2. Tetap melakukan promosi melalui media sosial secara rutin untuk lebih menunjukkan keberadaan Wisata Kuliner Gor Rang Agam

Sumber: Hasil Pengolahan data, 2024

Tabel 4 merupakan formulasi strategi analisis SWOT. Terdapat alternatif- alternatif strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut. Keempat strategi tersebut dibahas lebih jelas dibawah ini.

Strategi S-O (Strength-Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh

perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah produk kuliner yang berkualitas dan bervariasi, harga terjangkau, lokasi strategis, tersedianya layanan *delivery order* (pesan antar), dan konsep tempat yang nyaman. Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah sudah memiliki pelanggan tetap, pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, kemajuan teknologi informasi, tidak ada produk substitusi. Strategi S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah mengembangkan produk dengan memanfaatkan produk yang berkualitas dan bervariasi.

Memberikan potongan harga untuk pembelian ketiga dan pada beberapa kuliner untuk hari tertentu merupakan salah satu strategi harga yang dapat dilakukan oleh Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam. Target pasar dari Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah semua masyarakat. Akan tetapi potongan harga untuk pembelian ketiga dalam satu minggu merupakan apresiasi Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam untuk konsumen yang melakukan pembelian berulang. Potongan harga tersebut diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dalam membeli kuliner yang dijual. Membuka cabang usaha baru, dengan selalu meningkatnya kualitas cita rasa kuliner yang disediakan. Mempertahankan kualitas dan cita rasa khas kuliner, sehingga konsumen tidak dapat mengganti dengan produk lain.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah sudah memiliki pelanggan tetap, pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, kemajuan teknologi informasi, tidak ada produk substitusi. Kelemahan yang perlu diatasi adalah bahan baku yang mudah rusak dan tidak tahan lama, promosi belum maksimal, kurangnya tenaga kerja khusus bagian pemasaran. Strategi W-O yang dirumuskan dari analisis SWOT adalah melakukan promosi melalui media sosial.

Kegiatan promosi yang dapat dilakukan oleh Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah melakukan promosi melalui media sosial Instagram, Facebook, Tiktok, Whatsapp Business dan media digital lainnya. Kegiatan promosi dapat ditingkatkan dengan cara melakukan promosi di media sosial dengan memberikan promosi-promosi yang menarik. Melakukan transaksi jual beli di sosial media yang sudah dimiliki serta mencantumkan harga produk dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Pemesanan dapat dilakukan tanpa harus datang ke Gor Rang Agam akan lebih memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian terutama untuk konsumen yang lokasinya jauh dengan lokasi Kuliner Gor Rang Agam.

Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah produk berkualitas dan bervariasi, harga terjangkau, lokasi strategis, tersedianya layanan *delivery order* (pesan antar), konsep tempat yang nyaman. Serta ancaman yang harus dihadapi adalah tingginya tingkat persaingan, kekuatan tawar menawar pembeli. Strategi S-T yang dirumuskan dari analisis SWOT untuk Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah melakukan inovasi kuliner yang beragam untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus diatasi oleh Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam adalah bahan baku yang mudah busuk dan tidak tahan lama, promosi belum maksimal, kurangnya tenaga kerja yang handal. Ancaman yang harus dihindari adalah tingginya tingkat persaingan, kekuatan tawar menawar pembeli. Oleh karena itu strategi W-T yang dilakukan dari matriks SWOT adalah menambah tenaga kerja yang handal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis internal Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam terdapat lima kekuatan yaitu produk berkualitas dan bervariasi, harga terjangkau, lokasi strategis, tersedianya layanan *delivery order* (pesan antar), konsep tempat yang nyaman. Dan kelemahan adalah bahan baku yang mudah busuk dan tidak tahan lama, promosi belum maksimal, kurangnya tenaga kerja yang handal. Kemudian Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam maka diperoleh peluang yaitu sudah memiliki pelanggan tetap, pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, kemajuan teknologi informasi, tidak ada produk substitusi. Dan diperoleh ancaman yaitu tingginya tingkat persaingan, kekuatan tawar menawar pembeli untuk itu Alternatif strategi untuk Pilot Project Wisata Kuliner Gor Rang Agam dirumuskan oleh analisis SWOT yang menghasilkan beberapa alternatif strategi yaitu Strategi S-O yaitu dengan melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan produk yang berkualitas dan bervariasi, menawarkan potongan harga. Kemudian Strategi W-O dengan melakukan promosi melalui media media sosial, meningkatkan keterampilan tenaga kerja. Selanjutnya Strategi S-T melakukan inovasi produk kuliner, menjaga kepercayaan pelanggan terakhir Strategi W-T menambah tenaga kerja yang handal, tetap melakukan promosi melalui facebook, instagram, tiktok dan Whatsapp Business untuk lebih menunjukkan keberadaan Wisata Kuliner Gor Rang Agam.

Referensi:

- Aisyah, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. 8.
- Amalina, N. S. S. (2019). Digital Marketing Stekom. *Researchgate.Net*, September 2019, 1-1.
- Ana, A., & Santoso, S. (2020). *Penguatan Rantai Nilai Pariwisata Sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim*. 6(03), 284-304.
- Besra, E. (2021). *Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di Kota Padang*. 12, 74-101.
- Deo, G., Eta, S., & Pramita, D. (2020). *Strategi Pemasaran Wisata Kuliner Sebagai Destinasi Wisata Di Dili , Timor-Leste*. 8(2), 196-200.
- Kartubi, D. F., Madjir, S., & Darmin. (2023). Pengaruh Karakteristik Pekerjaan , Pengawasan , pembinaan Dan pelatihan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Dinas Perumahan Dan Kawasan Permukiman Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bis*, 11(2), 1661-1668.
- Kurniawan, P. H., & Lismayasari. (2019). *Wisata Kuliner Halal: Suatu Tinjauan Strategis Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM*. 16(01), 1-11.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Jasa, Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Mahfud, T., Mulyani, Y., Setyawati, R., & Balikpapan, P. N. (2021). *Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas : Strategi Komunitas Foodies Dalam Pengembangan Wisata Kuliner Di Balikpapan*.
- Mangkunegara. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Remaja Rosdakarya.
- Markus. (2020). Pengaruh Pembagian Kerja Dan Pengawasan Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Badan Kepegawaian Dan Pengembangan SDM Kota Pagar Alam. *Motivasi Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 804-814.

- Misliya, M. (2020). Hubungan Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Efektivitas Kerja Tenaga Kependidikan di SMA Negeri 12 Makassar. *Publikasi Pendidikan*, 10(1), 55. <https://doi.org/10.26858/publikan.v10i1.12678>
- Mukhlason, A., & Aljawi, A. Y. (2012). Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya. *Teknologi*, 1(1). <https://doi.org/10.26594/teknologi.v1i1.46>
- Mulyadi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In *Media*(Jakarta).
- Sari, F. (2021). Pengaruh Pembinaan Dan Pengawasan Terhadap Efektivitas Kerja Aparatur Inspektorat Kota Palu. *E-Jurnal Katalogis*, 4(3), 94–106.
- Sasongko, I., Setiawan, A., & Purnama, Y. S. (2022). *Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang*.
- Simamora, H. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In *Yogyakarta: STIEY*.
- Sugiyono. (2019). *Bab iii metoda penelitian 3.1*. 33–46.
- Sukarta, I. K. R., & Lestari, N. P. N. E. (2019). *Pengetahuan Manajemen, Kompensasi, Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Dengan Semangat Kerja Sebagai Variabel Intervening*. 16(3), 105–121.
- Surbakti, R. P. br, & Sihombing, S. (2019). Pengaruh Pelatihan, Pengawasan Dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) ULP Berastagi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 25–39.
- Suriani, L. (2018). *Kinerja Karyawan Di Pt . Transindo Jaya Bahari Maumbi Manado Effect Of Compensation , Work Discipline And Work Ethics On Employee Performance In Pt . Transindo Jaya Bahari Maumbi Manado*. 6(4), 2188–2197.
- Widiastuti, T., Bodroastuti, T., & Murtiana, D. (2020). Pengaruh Pengawasan, Disiplin Kerja, Dan Motivasi Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan (Studi Pada PT. Sakapatat Masamar Sosial). *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1), 23–35. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1127>
- Widyastutik, Panjaitan, I., Malau, F., & Fahreiza, Y. (2020). *Strategi Peningkatan Daya Saing Sektor Jasa Pariwisata Indonesia*. 6(2), 356–368.
- Wijayanti, A. (2020). *Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta , Indonesia*. 11, 74–82. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>