

Efektivitas Pemasaran Makanan Tradisional Pada Program Lorong Wisata Kota Makassar

Muhammad Syahid Sirih^{1, @}, Fathuddin Ma'mur^{2, @}

¹ Universitas Hasanuddin

² Universitas Negeri Makassar

ARTICLE INFO

Keywords:
Tourism Hallway,
Marketing, Effectiveness.

ABSTRACT

This research aims to analyze the effectiveness of the Makassar City Tourism Lorong program as a marketing platform for traditional Makassar food. The research was conducted using descriptive qualitative methods using observation, interview and documentation study data collection techniques. The research results show that the Lorong Wisata program has not run optimally in marketing traditional food due to low tourist visits. This happens because the attractiveness of the Tourism Hallway is still lacking, the local community's lack of entrepreneurial motivation, and the inconsistency of MSMEs selling every day. Therefore, increasing tourist attraction, entrepreneurial motivation, and consistency of MSMEs is needed so that Lorong Wisata can play a more optimal role as a marketing platform for traditional Makassar food. This research is important as a program evaluation and policy recommendation to increase the role of Lorong Wisata in preserving and marketing traditional food in Makassar City.



This is an open access article under the CC BY-SA License.

1. Pendahuluan

Makanan tradisional merupakan warisan budaya tak benda dari leluhur yang perlu dilestarikan. Makanan tradisional mencerminkan identitas dan kekayaan kuliner suatu daerah. Kota Makassar di Sulawesi Selatan memiliki beragam jenis makanan tradisional khas yang menjadi ikon kuliner kota ini, seperti coto Makassar, konro, pallubasa, pisang epe, dan masih banyak lainnya. Makanan-makanan tradisional tersebut sudah dikenal luas baik di kalangan masyarakat Makassar sendiri maupun di luar daerah.

@ ridla.2281011004@student.unud.ac.id

@ sawu.2281011041@student.unud.ac.id

Untuk melestarikan makanan tradisional Makassar agar tidak punah dimakan zaman, Pemerintah Kota Makassar melalui Wali Kota Makassar Moh Ramdhan Pomanto baru-baru ini telah meluncurkan sebuah program unggulan yaitu Lorong Wisata. Lorong Wisata merupakan suatu penataan kawasan di pusat Kota Makassar yang didesain dengan konsep instagramable. Tujuan program ini tidak hanya sekedar menciptakan destinasi wisata baru, namun juga sekaligus memberdayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berjualan di sepanjang lorong wisata.

Salah satu daya tarik utama dari Lorong Wisata Makassar adalah adanya penjual makanan tradisional khas Makassar oleh UMKM lokal. Lorong-lorong yang semula kumuh dan kotor ditata ulang menjadi lebih bersih dan rapi. Dinding-dinding lorong dilengkapi dengan lukisan mural yang artistik dan estetik sehingga enak untuk dilihat dan difoto. Pencahayaan di sepanjang Lorong Wisata juga dibuat sedemikian rupa dengan konsep artistik agar menambah kesan instagramable.

Dengan sentuhan seni dan desain yang apik, Lorong Wisata Makassar menjadi tempat yang cocok untuk berfoto dan selfie bagi wisatawan, terutama generasi milenial. Lorong Wisata dibuka setiap akhir pekan dan telah ramai dikunjungi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Program ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian UMKM serta melestarikan tradisi kuliner makanan tradisional khas Makassar.

Mengingat potensi dan manfaatnya, Menteri Dalam Negeri Tito Karnavian bahkan pernah menyebut program Lorong Wisata Makassar ini sebagai contoh inovasi pemerintah daerah yang patut untuk ditiru dan dicontoh oleh daerah lain di Indonesia. Oleh karena itu, program ini penting untuk terus dikembangkan dan dipromosikan agar makin dikenal masyarakat luas.

Salah satu kunci keberhasilan program Lorong Wisata adalah melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam memasarkan makanan tradisional Makassar kepada wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis efektivitas pemasaran makanan tradisional Makassar di kawasan Lorong Wisata guna memberikan rekomendasi perbaikan dan peningkatan strategi pemasaran di masa mendatang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran saat ini, mengetahui tanggapan wisatawan, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pemasaran, menganalisis tingkat efektivitas pemasaran berdasarkan pencapaian omzet penjualan, serta merumuskan strategi peningkatan efektivitas pemasaran makanan tradisional Makassar di Lorong Wisata.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pemerintah Kota Makassar dan pelaku UMKM di Lorong Wisata untuk bersama-sama meningkatkan efektivitas pemasaran. Dengan strategi pemasaran yang tepat sasaran, diharapkan Lorong Wisata Makassar semakin ramai dikunjungi wisatawan dan makanan tradisional Makassar semakin diterima oleh masyarakat luas, sehingga upaya pelestarian budaya kuliner dan pengembangan pariwisata Kota Makassar dapat tercapai.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena dalam seting dan konteks naturalnya, bukan untuk menguji hipotesis atau generalisasi (Satori & Komariah, 2017). Pendekatan deskriptif dipilih untuk menggambarkan atau mendeskripsikan efektivitas pemasaran makanan tradisional di Lorong Wisata Kota Makassar berdasarkan fakta atau data empiris yang diperoleh di lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang makanan tradisional yang berjualan di kawasan Lorong Wisata Kota Makassar. Subjek dipilih dengan menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan subjek berdasarkan pertimbangan dan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian (Etikan, 2016). Kriteria subjek antara lain: 1) Pedagang

makanan tradisional di Lorong Wisata, 2) pengelola Lorong wisata perkelurahan. Jumlah subjek disesuaikan dengan kebutuhan dan kecukupan data penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam untuk memperoleh data dan informasi terkait strategi dan efektivitas pemasaran makanan tradisional dari subjek penelitian, observasi berperan serta agar peneliti dapat mengamati secara langsung aktivitas pemasaran subjek di Lorong Wisata, dan studi dokumentasi berupa foto, data penjualan, dan dokumen terkait pemasaran makanan tradisional.

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, menyederhanakan data mentah menjadi informasi bermakna. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Kesimpulan ditarik dengan verifikasi berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan.

Keabsahan data penelitian kualitatif diperiksa dengan uji credibility, transferability, dependability, dan confirmability (Sugiyono, 2016). Uji credibility dilakukan dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Transferability dilakukan dengan uraian rinci hasil penelitian. Dependability dilakukan dengan audit proses penelitian. Confirmability dilakukan dengan memastikan data bebas dari subyektivitas peneliti.

3. Hasil dan Pembahasan

Strategi Peningkatan Minat Wisatawan ke Lorong Wisata untuk Mendukung Pemasaran Makanan Tradisional

Lorong Wisata sejauh ini belum efektif sebagai wadah pemasaran makanan tradisional karena rendahnya minat wisatawan untuk berkunjung. Rendahnya minat wisatawan disebabkan kurang atraktifnya konsep Lorong Wisata saat ini. Menurut teori daya tarik destinasi wisata, atraksi wisata harus memiliki objek dan daya tarik yang mampu menarik wisatawan datang (Pitana dan Gayatri, 2005). Oleh karena itu, Lorong Wisata Kota Makassar perlu meningkatkan daya tarik wisatanya agar dapat mendukung pemasaran makanan tradisional Makassar.

Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain penataan ruang terbuka hijau seperti taman yang asri dan Instagramable di sepanjang Lorong Wisata, sehingga wisatawan betah berlama-lama di sana. Taman dapat dilengkapi tempat duduk dan spot-spot foto menarik agar pengunjung nyaman bersantai sambil menikmati makanan tradisional yang dijual. Selain itu, penyelenggaraan festival makanan tradisional Makassar juga dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke Lorong Wisata. Festival makanan tradisional sebaiknya digelar secara berkala 3-6 bulan sekali dengan menghadirkan aneka menu makanan tradisional dari seluruh penjuru Makassar.

Event-event budaya seperti pertunjukan seni dan kompetisi memasak makanan tradisional juga perlu diselenggarakan secara berkala di Lorong Wisata agar wisatawan tidak cepat bosan. Pertunjukan kesenian seperti tarian pakarena dan pasambahan akan memperkenalkan budaya Makassar sekaligus menghibur pengunjung. Sedangkan kompetisi memasak dapat menarik interaksi dan partisipasi wisatawan dalam mengolah makanan tradisional. Promosi yang lebih gencar melalui media sosial dan influencer juga penting untuk mengenalkan Lorong Wisata lebih luas kepada khalayak. Konten promosi harus menarik dan menonjolkan keunikan Lorong Wisata dalam menyajikan makanan tradisional.

Selain itu, keragaman produk makanan tradisional yang dijual juga perlu ditingkatkan agar wisatawan tidak cepat bosan. Lorong Wisata dapat memfasilitasi pelatihan inovasi makanan tradisional bagi UMKM agar mereka dapat menciptakan varian baru dari makanan tradisional yang sudah ada. Misalnya varian rasa baru coto Makassar, jenis baru pisang epe, hingga kreasi makanan fusion yang mengkombinasikan bahan makanan tradisional dan modern. Peningkatan kualitas produk serta kemasan yang lebih menarik juga diperlukan agar makanan tradisional Makassar semakin disukai wisatawan.

Dengan berbagai strategi tersebut, diharapkan Lorong Wisata Kota Makassar dapat meningkatkan daya tarik wisatanya, sehingga mampu menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Dengan jumlah wisatawan yang meningkat, maka program Lorong Wisata dapat berperan secara optimal sebagai wadah pemasaran makanan tradisional Makassar. Semakin banyak wisatawan yang datang, semakin tinggi pula peluang pemasaran makanan tradisional kepada khalayak luas. Hal ini pada akhirnya akan mendukung upaya pelestarian dan pemasaran makanan tradisional khas Kota Makassar kepada masyarakat lokal dan mancanegara.

Strategi Meningkatkan Motivasi Berwirausaha guna Mendukung Penjualan Makanan Tradisional di Lorong Wisata.

Efektivitas Lorong Wisata sebagai wadah pemasaran makanan tradisional Makassar juga terhambat oleh rendahnya motivasi masyarakat sekitar untuk berwirausaha. Banyak lokasi di Lorong Wisata yang kosong karena kurangnya minat masyarakat berjualan di sana. Padahal, jika semua lokasi di Lorong Wisata dimanfaatkan dengan optimal oleh UMKM lokal untuk berjualan makanan tradisional, tentu akan semakin mendukung program pelestarian dan pemasaran makanan tradisional di Kota Makassar.

Rendahnya motivasi berwirausaha disebabkan belum optimalnya pemberdayaan UMKM oleh pemerintah daerah. Menurut Suryana (2013), motivasi berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal seperti keinginan berprestasi dan faktor eksternal seperti pelatihan kewirausahaan. Oleh karena itu, pemerintah Kota Makassar perlu meningkatkan pemberdayaan UMKM di sekitar Lorong Wisata melalui beberapa strategi, di antaranya:

Memberikan pelatihan manajemen usaha seperti cara memasarkan produk, mengelola keuangan, dan meningkatkan kualitas produk. Pelatihan ini dapat dilakukan bekerja sama dengan perguruan tinggi atau komunitas bisnis.

Memfasilitasi akses permodalan bagi UMKM melalui skema pinjaman lunak dari lembaga keuangan. Pemerintah dapat memberikan insentif bagi UMKM yang mengembangkan usaha di Lorong Wisata.

Melakukan pendampingan berkelanjutan terhadap UMKM di Lorong Wisata untuk memastikan usaha berjalan dengan baik. Pendampingan dapat dilakukan oleh dinas terkait.

Melakukan penataan dan pembinaan terhadap pedagang kaki lima di sekitar Lorong Wisata agar tercipta ketertiban dan memberi ruang bagi UMKM berjualan.

Dengan berbagai upaya peningkatan pemberdayaan UMKM tersebut, diharapkan dapat menumbuhkan motivasi berwirausaha di kalangan masyarakat untuk memanfaatkan peluang berjualan makanan tradisional di Lorong Wisata Kota Makassar. Semakin banyak UMKM lokal yang termotivasi mengisi lokasi di sepanjang Lorong Wisata, maka akan semakin memperkaya jenis makanan tradisional Makassar yang dipromosikan dan dijual kepada wisatawan. Hal ini tentu akan semakin mendukung upaya pelestarian dan pemasaran makanan tradisional di Kota Makassar melalui program Lorong Wisata.

Selain strategi pemberdayaan UMKM tersebut, peningkatan promosi yang menonjolkan peluang usaha di Lorong Wisata juga diperlukan untuk meningkatkan minat berwirausaha di kalangan masyarakat. Promosi dapat dilakukan melalui sosialisasi langsung ke kelurahan-kelurahan sekitar, pamflet, dan media sosial. Dengan informasi peluang usaha yang merata, diharapkan akan semakin banyak masyarakat Kota Makassar yang tertarik dan termotivasi untuk berjualan makanan tradisional di Lorong Wisata.

Strategi Meningkatkan Konsistensi UMKM Berjualan guna Mendukung Pemasaran Makanan Tradisional Setiap Hari

Inkonsistensi UMKM dalam berjualan di Lorong Wisata juga menjadi penghambat efektivitas pemasaran makanan tradisional. Beberapa UMKM hanya berjualan pada event tertentu saja, tidak setiap hari. Hal ini tentu mengurangi daya tarik Lorong Wisata sebagai

destinasi kuliner yang ramai setiap saat. Padahal, wisatawan akan lebih tertarik jika Lorong Wisata selalu dipadati penjual makanan tradisional setiap harinya.

Inkonsistensi UMKM berjualan disebabkan kurangnya edukasi mengenai manfaat dan prosedur legal usaha di OSS. Banyak UMKM yang belum paham bahwa mendaftarkan usaha memberi banyak keuntungan seperti perlindungan hukum dan akses permodalan. Menurut Tjiptono (2008), konsistensi mutu dan pelayanan penting untuk memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, pemerintah Kota Makassar perlu meningkatkan edukasi dan pendampingan UMKM di Lorong Wisata dengan strategi sebagai berikut:

Mengedukasi UMKM mengenai manfaat dan prosedur pendaftaran usaha di Online Single Submission (OSS) agar usaha mereka legal dan terlindungi. Pemerintah juga perlu memudahkan proses pendaftaran usaha bagi UMKM di Lorong Wisata agar lebih tertib administrasi.

Memberikan pendampingan agar UMKM mampu mengelola administrasi usaha dengan baik, termasuk melakukan pelaporan rutin ke dinas terkait. Hal ini penting agar usaha di Lorong Wisata dapat berjalan lancar dan berkelanjutan.

Melakukan pembinaan rutin terkait pentingnya konsistensi dalam berjualan setiap hari untuk memberi pelayanan maksimal kepada wisatawan. Pemerintah perlu menekankan bahwa konsistensi penting demi keberlangsungan usaha.

Memberikan insentif atau apresiasi kepada UMKM Lorong Wisata yang konsisten setiap hari berjualan. Insentif dapat berupa bantuan promosi, permodalan, atau peningkatan kapasitas usaha.

Meningkatkan koordinasi dengan paguyuban pedagang di Lorong Wisata untuk memastikan jadwal dan lokasi berjualan setiap harinya. Jadwal berjualan perlu dipedomani dengan disiplin oleh setiap UMKM.

Dengan berbagai upaya tersebut, diharapkan UMKM di Lorong Wisata dapat lebih konsisten setiap hari berjualan sehingga program Lorong Wisata selalu ramai setiap saat. Konsistensi UMKM berjualan tentu akan semakin meningkatkan efektivitas Lorong Wisata dalam memasarkan beragam makanan tradisional Makassar kepada setiap wisatawan yang datang. Pada akhirnya, hal ini akan mendorong pelestarian dan peningkatan nilai jual makanan tradisional Makassar.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa program Lorong Wisata di Kota Makassar belum berjalan optimal sebagai wadah untuk memasarkan makanan tradisional Makassar. Hal ini terlihat dari rendahnya minat wisatawan untuk mengunjungi Lorong Wisata. Sejauh ini Lorong Wisata lebih banyak dimanfaatkan sebagai tempat transit oleh wisatawan, bukan sebagai tujuan wisata.

Rendahnya kunjungan wisatawan ini disebabkan karena daya tarik Lorong Wisata masih belum maksimal. Dari sisi infrastruktur dan aktivitas wisata, Lorong Wisata dinilai masih kurang menarik dan belum memberikan pengalaman wisata yang memuaskan bagi pengunjung. Oleh karena itu, Lorong Wisata perlu meningkatkan daya tariknya melalui strategi penataan ruang terbuka hijau, penyelenggaraan festival dan event rutin terkait makanan tradisional, serta promosi yang lebih gencar agar dapat menarik lebih banyak wisatawan.

Selain itu, motivasi masyarakat di sekitar Lorong Wisata untuk berwirausaha dan berjualan makanan tradisional juga masih rendah. Banyak lokasi di Lorong Wisata yang kosong tidak dimanfaatkan. Pemberdayaan UMKM yang lebih optimal serta promosi peluang usaha di Lorong Wisata diperlukan untuk meningkatkan motivasi kewirausahaan masyarakat setempat.

Faktor lainnya adalah inkonsistensi UMKM dalam berjualan setiap hari di Lorong Wisata, yang menyebabkan sepi pengunjung di hari-hari tertentu. Upaya perbaikan melalui

sosialisasi manfaat legalitas usaha, pendampingan UMKM, serta peningkatan koordinasi dan pengelolaan Lorong Wisata perlu dilakukan demi meningkatkan konsistensi keberadaan UMKM di Lorong Wisata setiap harinya.

Dengan meningkatkan ketiga aspek tersebut, yaitu daya tarik wisata, motivasi kewirausahaan, dan konsistensi UMKM berjualan, program Lorong Wisata diharapkan dapat berperan secara optimal sebagai wadah untuk mempromosikan dan memasarkan ragam makanan tradisional khas Kota Makassar kepada masyarakat luas.

Daftar Pustaka :

Article :

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspol: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Hafid, H., Khairul, M. Z., & Hafid, A. (2023). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lorong Wisata. *Ininnawa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 42-46.
- Herbasuki, H., & Chasanah, N. (2019). Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Di Tingkir Lor Salatiga). *Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 9(2).
- Ismiralia, D., Lisnini, L., & Sayuti, A. J. (2019). Persepsi Masyarakat Tentang Objek Wisata Lorong Basah Night Culinary Kota Palembang. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(1), 91-96.
- Iqbal, N., Rahayu, I., & Juddah, S. (2022). Tepian Sungai Tallo Sebagai Kampung Wisata Di Kota Makassar. *TIMPALAJA: Architecture student Journals*, 4(2), 164-170.
- Muhara, F. Z., Majid, A., & Muttaqin, A. (2022). Communication Effectiveness Of Makassar Tourism Services In Promoting Epe Banana As Culinary Tourism On Social Media At LosariBeach Pallet. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 3(1), 99-108.
- Trijayanti, L., & Gani, A. (2023). Efektivitas Kebijakan Pemasaran Iklan Makanan Dan Minuman Tidak Sehat Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian Diabetes Melitus: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 15(1), 37-43.
- Widyaningsih, H., Hendriyati, L., Krestanto, H., Grace, A., & Santoso, I. B. (2023). Pelatihan Abon Kates (Bontes) sebagai Daya Tarik Wisata kuliner di Padukuhan Klepu Lor Sendang Mulyo Minggir Sleman Yogyakarta. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 4(2), 120-127.
- Zulkarnain, D. R., Munir, A., & Mahyuddin, M. (2023). ANALISIS IFAS DAN EFAS PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI SEKITAR PANTAI LOSARI. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 129-140.

Book :

- Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 716-724.

- Djamaluddin, A. R., Rahman, A., & Taswiah, P. (2023, October). PERINTISAN RAMBU BERPENDAR UNTUK Mendukung Program Lorong Wisata Makassar. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Polimedia (Senpedia) (Vol. 2).
- Ersina, S., & Rooseany, R. (2023). Urban lorong: Studi kasus Kawasan Dewi Sari Tamalanrea Kota Makassar. *Teknosains: Media Informasi Sains dan Teknologi*, 17(2), 196-200.
- Padandanan, R. S. (2022). Aplikasi Pencarian Rumah Makan Khas Makassar Berbasis Android (Aplikasi A'boyakanre) (Doctoral dissertation, Politeknik negeri Ujung Pandang).
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). Metode penelitian kualitatif. Unisma Press.
- Shabir, F., Abdullah, A. I., & Arysespajayadi, A. I. B. PENERAPAN AUGMENTED REALITY PADA LORONG WISATA KELURAHAN BATUA SEBAGAI MEDIA INFORMASI INTERAKTIF.