
POTENSI SATE BULAYAK KAHAS NARMADA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER DI KABUPATEN LOMBOK BARAT

Siti Zahratul Uyun¹, I Putu Gede² & Sri Wahyuningsih³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata

E-mail: ¹sitizahratuluyun@gmail.com, ²putualamanda@gmail.com &

³sri wahyuningsih04011976@gmail.com

Article History:

Received: 02-08-2025

Revised: 03-09-2025

Accepted: 06-09-2025

Keywords:

*Daya Tarik Wisata Kuliner,
Kuliner, Daerah Wisata
Narmada.*

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Potensi Sate Bulayak Khas Narmada Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kabupaten Lombok Barat. lokasi penelitian ini berada di Desa Lembuak Kecamatan Narmada. Sate bulayak ini memiliki cita rasa yang khas, namun masih terdapat kesenjangan sosial terhadap pedagang sate bulayak dengan pedagang sate lain. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan potensi dan analisis sate bulayak khas narmada sebagai daya tarik wisata kuliner di Kabupaten Lombok Barat. menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, dokumentasi dan wawancara. Dengan analisis data reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini sate bulayak adalah produk wisata kuliner, karena wisatawan memiliki keinginan yang berbeda-beda sehingga ini menjadi pilihan alternatif wisatawan menikmati kuliner khas Indonesia..

PENDAHULUAN

Kesuksesan kuliner Indonesia dapat membantu meningkatkan minat wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia sebagai destinasi unggulan, menurut mentri pariwisata dan ekonomi kreatif [1]. Makanan merupakan bagian penting dalam mendukung perwujudan makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner[2]. Hal itu karena makanan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, Meskipun pada perkembangannya tujuan makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi merupakan sebuah pengalaman. Wisata kuliner lebih kepada pengalaman gastronomi yang unik dan menegaskan, tidak hanya kemewahan dan kelengkapan jenis makanan dan minuman yang tersedia. Menurut [3] Wisata kuliner yang menjadikan makanan dan minuman khas suatu daerah untuk dapat meningkatkan performa pariwisata di tempat tersebut memang seringkali beranjak sebagai alat diplomasi. Tidak hanya untuk mempopulerkan tempat tersebut namun juga sebagai potensi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan aspek-aspek lain yang masih berhubungan dengan tempat itu juga.

Salah satu makanan yang memiliki autentik kuliner yaitu Sate Bulayak Khas Narmada, yang berasal dari Desa Lembuak, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Mata pencaharian masyarakat sebagian besar sebagai pedagang. Dapat dibuktikan dengan banyak ditemukannya pedagang-pedagang Sate Bulayak di sepanjang jalan Narmada, dan pada destinasi

wisata Kecamatan Narmada. Sate bulayak khas Narmada ini memiliki ciri khas tersendiri yang menciptakan pengalaman kuliner yang unik bagi pengunjung. Namun masih terdapat kesenjangan sosial antara pedagang sate bulayak ini dengan sate-sate lainnya. Seperti pedagang sate lainnya yang sudah memiliki brand dan memiliki jaringan pemasaran yang lebih luas, sedangkan sate bulayak masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan komunitas lokal yang bisa jadi terbatas jangkauannya.

LANDASAN TEORI

Gastronomi

Gastronomi adalah seni atau ilmu makanan yang baik, gastronomi juga berhubungan dengan kenikmatan makanan dan minuman. Peran gastronomi ialah sebagai hubungan antara budaya dan makanan, yang dimana gastronomi mempelajari berbagai komponen budaya dengan makanan sebagai pusatnya. [4] gastronomi yang terdapat mengenai budaya dan sejarah yang terkandung didalamnya menjadikan identitas budaya suatu daerah.

Hygiene Sanitasi

Higiene sanitasi adalah upaya untuk mengendalikan faktor resiko terjadinya kontaminasi terhadap makanan, baik yang berasal dari bahan makanan, orang, tempat dan peralatan agar aman dikonsumsi [5]. Hygiene sanitasi mempunyai tujuan yang erat kaitannya antara satu dengan dengan yang lainnya yaitu melindungi, memelihara, dan mempertinggi derajat kesehatan manusia.

Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Menurut Cooper dkk (dalam Rindani, 2016) sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama yang harus dimiliki yaitu: *Attraction* (Atraksi), *Accessibilities* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Kuliner Lokal

Pada dasarnya, Pada dasarnya, "masakan Indonesia" tidak terdiri dari satu jenis, tetapi lebih pada keanekaragaman masakan regional yang dipengaruhi oleh budaya Indonesia dan pengaruh dari negara lain. Keanekaragaman olahan makanan rakyat melalui tradisi kuliner masyarakat menunjukkan pola-pola hidup dalam interaksi sosial, sehingga menggambarkan kearifan lokal pangan yang menginformasikan keadaan taraf atau tingkat tata kehidupan sehat, sosial, religi, dan inisiatif-inisiatif lokal. Makanan yang dimasak dari berbagai bahan lokal disajikan oleh restoran lokal di destinasi wisata kuliner sebagai media menambah nilai pengalaman wisatawan dan untuk menanggapi ketertarikan wisatawan pada makanan lokal [6]. Ketertarikan akan makanan lokal didorong oleh berbagai isu yang berkaitan dengan masalah lingkungan, etika, kesehatan keberlanjutan dan keinginan untuk mendukung perilaku hidup sehat.

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang biasa disebut dengan *Marketing Mix* adalah suatu strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa elemen di dalamnya secara terpadu demi mencapai sebuah tujuan marketing pasar yang telah ditargetkan. [7] pemasaran merupakan informasi dua arah antara pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran. Terdapat 4P Konsep marketing mix yang peneliti gunakan, yaitu :

1. Produk (*product*) merupakan sesuatu hal yang dijual dalam sebuah bisnis atau perusahaan. Biasanya terdiri atas barang maupun jasa yang di nilai memiliki kegunaan serta barang dan jasa

- yang sedang dibutuhkan dan marak dicari oleh konsumen.
2. Harga (*Price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh seorang konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Harga termasuk kedalam aspek yang penting dalam sebuah penjualan dan pemasaran.
 3. Tempat (*Place*) adalah suatu lokasi yang digunakan perusahaan untuk melakukan proses jual beli produk. Konsep pemasaran ini sangat penting terutama bagi para pelaku usaha konvensional.
 4. Promosi (*Promotion*) bertujuan untuk para konsumen agar dapat lebih mengenal dan serta merasa tertarik dengan produk yang dijual sehingga akhirnya akan melakukan pembelian produk.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena Penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang terjadi secara alamiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, menekankan pada deskripsi secara alami. Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara mendalam dan menyeluruh.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Desa Lembuak, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Merupakan satu dari 16 desa yang berada di Kecamatan Narmada. Desa Lembuak luasnya sekitar 1,20 km². Jarak dari kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram sekitar 15km ke arah timur, sekitar 30 menit menggunakan bermotor.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perorangan. Seperti hasil wawancara atau pengisian kuisioner. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari peninjauan langsung di lapangan pada objek penelitian. Data tersebut diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan pihak-pihak yang berkompeten dan berpengaruh serta mengetahui betul mengenai sejarah Sate Bulayak khas Narmada. Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau pihak lain.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan beberapa instrument atau alat yang dapat dipakai sebagai pengumpul data agar data lebih akurat. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data [8]. Untuk mendapatkan informasi yang akurat, penulis terjun langsung ke objek penelitian dan menggunakan metode berikut untuk melakukan penelitian :

a. Observasi

Observasi meliputi kegiatan pemusatkan perhatian terhadap objek penelitian dengan menggunakan semua indra serta pencatatannya yang dilakukan sistematis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi non partisipan dimana peneliti hanya terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengamatan untuk mendapatkan informasi dan data yang diharapkan dapat dijelaskan mengenai apa yang menjadi topik penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas peran. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur, dimana seorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen baik yang berbentuk tulisan, gambar maupun karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen tulisan yaitu berupa catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan kebijakan, dan lain-lain. Dokumen yang bergambar yaitu foto, sketsa, gambar hidup dan lain-lain. Dokumen berbentuk karya misalnya karya seni berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Tehnik pengumpulan data dengan cara ini untuk mendapatkan beberapa dokumentasi tentang usaha sate bulayak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Sate Bulayak Khas Narmada

Bahan	Alat	Cara Mengolah	Cara Penyajian
Daging Sapi	Tusuk	Daging dicuci bersih	Sate yabg telah di bakar
Daging Ayam	sate	kemudian di potong-	disusun rapi di atas piring atau
Usus Sapi	Piring	potong dadu, kemudian	ingke yang telah diberi alas.
Limau	Pisau	ditusuk menggunakan	Kemudian di siram dengan
Cabai, bawang putih, kencur, jahe, kunyit, gula, garam dan santan	Talenan	tusuk sate. Kemudian di bumbu khas satenya. Lalu	bumbu
	Arang	bakar.	menambahkan potongan cabe
	Pemangga	Semua bumbu di	dan limau sebagai garnnis.
	ngan	haluskan, kemudian di	Kemudian untuk bulayaknya di
	Kompor	tumis sebentar. Lalu susun pada piring terpisah.	
	Wajan	masukan santan	
	besar	selanjutnya tunggu	
		sampai keluar	
		minyaknya, sembil di	
		aduk.	

A. Analisis 4P Sajian dari Sate Bulayak Khas Narmada Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kabupaten Lombok Barat

1. *Product* (Produk)

Karena produk dapat memengaruhi strategi pemasaran lainnya, produk adalah yang paling penting. Tujuan utama dari produk adalah untuk mengatasi atau meninggalkan persaingan dengan mencapai sasaran pasar yang ditetapkan. Strategi produk yang dimiliki oleh pedagang sate bulayak khas narmada ini yaitu dengan mempertahankan cita rasa yang dimiliki. Para pedagang mempertahankan resep yang telah turun temurun.

2. *Price* (Harga)

Harga bahan baku merupakan faktor yang mempengaruhi secara langsung. Faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga adalah harga produk pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, dan potongan untuk penyalur dan pelanggan. Berdasarkan dari hasil observasi, satu paket dari sate bulayak, pedagang-pedagang dari sate bulayak ini menjual dengan harga yang sama, yaitu Rp 25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah) per porsinya. Dengan disetiap porsi berisi

17-20 tusuk sate, dan 5 biji bulayak. dengan harga yang terjangkau ini wisatawan sudah dapat menikmati kuliner khas Lombok Barat.

3. *Place* (Tempat)

Keberhasilan mencapai target pasar juga dipengaruhi oleh lokasi, tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien adalah tempat yang menarik bagi konsumen. Pemerintah telah menetapkan beberapa lokasi untuk para pedagang sate bulayak ini di daerah Narmada. Lokasi yang petrama ada di samping Kantor Samsat Narmada dan yang kedua berada di Lapangan Umum Narmada. Lokasi-lokasi ini sangat mudah dijangkau oleh wisatawan, disetiap lapaknya beberapa pedagang sudah menyediakan lesehan sebagai tempat wisatawan menikmati sate bulayak.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk memprngaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. pedagang-pedang sate bulayak khas narmada masih menggunakan cara lama sebagai alat promosi lama yaitu dari mulut ke mulut. Hanya beberapa dari pedagang yang menggunakan media sosial mereka sebagai alat promosi, tetapi itu masih belum maksimal.

B. Potensi Sate Bulayak Khas Narmada Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kabupaten Lombok Barat

Makanan dan minuman sebagai salah satu wujud kebudayaan hasil karya manusia merupakan kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi. Potensi wisata kuliner di Indonesia pelu dikembangkan dan diharapkan bisa menjadi daya tarik baik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri yang datang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Wisata kuliner merupakan hal yang ingin terus dicoba oleh para wisatawan.

Salah satu desa yang berada di Kecamatan Narmada yaitu Desa Lembuak, sebagian besar para pelaku UMKMnya mencari mata pencarharian sebagai pedagang sate. Sate bulayak khas narmada berpotensi sebagai daya tarik wisata kuliner di Kabupaten Lombok Barat, karena mempertahankan resep turun temurun yang memiliki cita rasa dan keunikannya. Dengan kekuatan rasa dan aroma dari makanan menjadikan ketertarikan sendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lombok Barat. sate bulayak ini dapat dijadikan menu istimewa dalam festival kuliner tradisional. Semakin banyak orang yang mengenal sate bulayak khas narmada, maka semakin populer dan semakin banyak wisatawan yang tertarik untuk mencicipinya. Dengan pengembangan dan promosi terus menerus sebagai salah satu daya tarik kuliner, beberapa kekurangan dan ancaman dapat diatasi.

KESIMPULAN

1. P4 Sajian Dari Sate Bulayak Khas Narmada Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Kabupaten Lombok Barat

Penelitian ini menunjukan dari sisi porsi sate di Desa Lembuak memiliki kualitas bahan pilihan. Dari segi tempat, pedagang sate ini memiliki tempat yang khusus. Namun dalam promosi sate bulayak ini memiliki kendala, karena sebagian besar pedagang tidak memiliki kemampuan teknologi, sehingga pemasarannya masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut.

2. Potensi Sate Bulayak Khas Narmada Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Kabupaten Lombok Barat

Kesimpulan dari penelitian ini , yaitu sate bulayak khas narmada ini sebagai produk wisata alternatif yang memberikan layanan makan untuk wisatawan yang membutuhkan alternatif lain selain makanan modern. Sehingga sate bulayak khas narmada mampu masuk kedalam kategori wisata kuliner. Karena wisatawan memiliki keinginan yang berbeda-beda, keinginan wisatawan yang berbedabeda ini yang menjadi alternatif pilihan kepada wisatawan untuk memilih kuliner kas Lombok.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Pada kesempatan kali ini penulis ucapan puji syukur serta nikmat kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang melimpah. Dan tak lupa pula penulis mengucapkan terimaksih kepada Bapak I Putu Gede, M.Hum dan Ibu Sri Wahyuningih, S.Pd selaku dosen pembimbing atas saran, bimbingan serta motivasinya kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Liputan6.com. (2023). Fenomena Wisata Kuliner dan Ketertelusuran Halal. <https://www.liputan6.com/opini/read/5238789/fenomena-wisata-kuliner-dan-ketertelusuran-halal>
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). POTENSI MAKANAN TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER DI DIY.
- [2] Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). POTENSI MAKANAN TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER DI DIY.
- [3] Putri, J. A., Rahayu, E., Risyanti, Y. D., Maryani, T., & Yuliamir, H. (2023). Potensi Makanan Tradisional, Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Salatiga. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 6(1), 207–213.
- [4] Nugroho, S. P., Hardani, H. D., & Putu, I. (2020). Gastronomi makanan khas keraton Yogyakarta sebagai upaya pengembangan wisata kuliner. Jurnal Khatulistiwa Informatika, 7(1), 52-62.
- [5] Kemenkes RI. (2011). Permenkes RI No. 1096/Menkes/Per/ VI/2011 tentang Higiene Sanitasi Jasaboga. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699. <https://peraturanpedia.id/peraturan-menteri-kesehatan-nomor-1096-menkes-per-vi-2011/>
- [6] Setiawan, H., Hamid, A., Ummasyrah, U., & Bustan, J. (2020). Model daya tarik kuliner lokal sebagai pendorong daya tarik wisata kuliner. Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen, 16(1), 120-126.
- [7] Winarto, H., & Chandra. (2002). Strategi pemasaran. Majalah Ilmiah Ekonomika, 14(1), 124–128.
- [8] Noor, J. (2011). Metodelogi penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.