
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER LOANG BALOQ SEBAGAI DAYA TARIK WISATA

Oleh :

Baiq Amelia Putri Muzhar¹, Lalu Yulendra², Lalu Masyhudi³

^{1,2,3}Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Pancasila

Email: ¹baiqamelia22@gmail.com, ²laluyulendra@gmail.com, ³laluemipa@gmail.com

Article History:

Received: 15-01-2026

Revised: 16-01-2026

Accepted: 17-01-2026

Keywords:

Pengelolaan Kuliner,
Strategi

Pengembangan, Daya
Tarik Wisata, Loang
Baloq, SWOT

Abstract : Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengelolaan lapak kuliner dan merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner sebagai daya tarik di kawasan wisata Loang Baloq, Kota Mataram. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pedagang, pengelola, Dinas Pariwisata, serta dokumentasi. Hasil menunjukkan pengelolaan lapak terbagi antara area Dispar dan swadaya masyarakat, dengan kondisi infrastruktur dan pelayanan tidak merata. Tantangan utama meliputi lokasi lapak kurang strategis, minim promosi digital, dan keterbatasan fasilitas. Kuliner lokal seperti sate pusut, rujak, dan olahan laut menjadi daya tarik utama. Analisis SWOT menghasilkan strategi peningkatan kualitas layanan, optimalisasi promosi digital, pelatihan pelaku usaha, dan kolaborasi lintas pihak. Penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem kuliner berdaya saing dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Pantai Loang Baloq merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Keunikan kawasan ini terletak pada perpaduan wisata bahari, religi, dan kuliner. Potensi kuliner di Loang Baloq cukup besar dengan beragam menu khas Lombok seperti sate pusut, plecing kangkung, rujak, dan olahan laut. Untuk mendukung potensi tersebut, pada tahun 2020 Dinas Pariwisata Kota Mataram membangun 25 lapak kuliner melalui dana Kementerian Pariwisata sebesar Rp 2,1 miliar. Pembangunan lapak ini diharapkan mampu menata pedagang, menjaga kebersihan kawasan, dan menciptakan daya tarik tambahan bagi wisatawan.

Namun, di lapangan muncul permasalahan. Sebagian pedagang enggan memanfaatkan lapak resmi karena lokasinya dianggap kurang strategis, jauh dari bibir pantai, dan tidak sesuai dengan alur pergerakan wisatawan. Perbedaan pengelolaan antara lapak yang berada di area atas (Dispar) dan bawah (swadaya masyarakat) juga menyebabkan perbedaan kualitas fasilitas, kebersihan, dan pelayanan. Selain itu, promosi kuliner Loang Baloq di media digital masih minim, sehingga tidak maksimal dalam menarik wisatawan.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab dua fokus utama: (1) bagaimana pengelolaan lapak kuliner di Loang Baloq, dan (2) bagaimana strategi pengembangan wisata kuliner sebagai daya tarik berbasis analisis SWOT.

LANDASAN TEORI

Analisis SWOT

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang memetakan faktor internal (Strengths, Weaknesses) dan eksternal (Opportunities, Threats) untuk merumuskan strategi optimal. Menurut Pearce & Robinson, strategi efektif harus mengoptimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Pengembangan Pariwisata

Menurut Yoeti (2001), pengembangan pariwisata adalah upaya memperbaiki atau menambah variasi produk wisata untuk menarik lebih banyak wisatawan. Prinsip pengembangan harus memperhatikan keberlanjutan ekologi, ekonomi, dan budaya.

Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah jenis wisata yang menawarkan pengalaman menikmati makanan khas suatu daerah. Rismiyanto & Danangdjojo (2020) menyebut daya tarik kuliner dipengaruhi oleh keunikan menu, cita rasa khas, harga kompetitif, lokasi nyaman, pelayanan, dan suasana.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian di Taman Wisata Loang Baloq, Kota Mataram.

Informan dipilih dengan teknik purposive sampling:

- Pedagang kuliner (Ibu Ulfiana)
- Pengelola kawasan (Pak Ari)
- Dinas Pariwisata Kota Mataram (Pak Zul)
- Wisatawan (Mbak Ayu)

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Analisis data menggunakan model Miles & Huberman: reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Lapak Kuliner

Lapak kuliner di Loang Baloq terbagi menjadi dua zona:

1. Area atas (Dispar) — dikelola pemerintah dengan fasilitas listrik, air, dan kebersihan lebih baik.
2. Area bawah (swadaya) — dekat pantai namun minim fasilitas.

Pedagang di lapak bawah cenderung lebih ramai karena dekat dengan wisatawan, edangkan

lapak atas relatif sepi.

Permasalahan pengelolaan:

- Lokasi lapak atas kurang strategis.
- Perbedaan kualitas fasilitas antara lapak atas dan bawah.
- Kurangnya promosi digital.
- Koordinasi antar pengelola belum optimal.

Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan):

- Menu khas Lombok (sate pusut, rujak, olahan laut).
- Lokasi di destinasi populer.
- Harga terjangkau.

Weaknesses (Kelemahan):

- Fasilitas tidak merata.
- Penataan lapak belum optimal.
- Promosi digital lemah.

Opportunities (Peluang):

- Tren wisata kuliner meningkat.
- Dukungan pemerintah daerah.
- Media sosial efektif sebagai sarana promosi.

Threats (Ancaman):

- Persaingan destinasi kuliner lain di Mataram.
- Ketidakteraturan pedagang.
- Potensi penurunan kualitas pelayanan.

Strategi Pengembangan

1. Penataan ulang lapak untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan.
2. Pelatihan pelaku usaha mengenai pelayanan, kebersihan, dan inovasi produk.
3. Optimalisasi promosi digital dengan media sosial, website pariwisata, dan influencer lokal.
4. Inovasi produk kuliner dengan tetap mempertahankan cita rasa lokal.
5. Kolaborasi lintas pihak (Dispar, Pokdarwis, pedagang) untuk menjaga keberlanjutan kawasan.

KESIMPULAN

Pengembangan wisata kuliner Loang Baloq membutuhkan strategi terintegrasi yang mencakup penataan lapak, peningkatan kualitas pelayanan, inovasi produk, promosi digital, dan kolaborasi lintas pihak. Strategi berbasis SWOT ini diharapkan mampu memperkuat posisi Loang Baloq sebagai destinasi kuliner unggulan di Kota Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- [2] Bagus, Arjana. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- [3] Budiyono. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- [4] Evida, Erika. "Jenis-Jenis Pariwisata di Indonesia." *Jurnal Pariwisata Indonesia* 5, no. 1 (2020): 45–56.
- [5] Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. *Qualitative Data Analysis*. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.
- [6] Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- [7] Paturusi, Syamsul. *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001.
- [8] Pearce, John A., and Richard B. Robinson. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. New York: McGraw-Hill, 2013.
- [9] Rismiyanto, Edy, and Totok Danangdjojo. *Wisata Kuliner Sebagai Daya Tarik Pariwisata*. Yogyakarta: Andi, 2020.
- [10] Santi, Ni Luh. "Strategi Pengembangan Pariwisata di Bali." *Jurnal Kepariwisata* 4, no. 2 (2010): 102–115.
- [11] Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- [12] Yoeti, Oka A. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 2001.
- [13] Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 2006.