

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER DI PASAR BAMBU DESA WISATA BONJERUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN

Lale Aulia Soleha¹, Alip Suroto², I Gusti Ayu Agung³

¹²³Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Manajemen Pariwisata, Surakarta, Indonesia
laleaulia02@gmail.com¹, alips.culinary@gmail.com², idabagusputudiratsaha@gmail.com³

Abstract

Culinary tourism plays a vital role in promoting sustainable tourism villages. Pasar Bambu, located in Bonjeruk Village, Central Lombok, provides visitors with authentic traditional food experiences and a rich cultural ambiance that can boost tourism. However, the market's management continues to encounter various challenges. This study aims to analyze culinary tourism development strategies at Pasar Bambu and examine efforts to manage facilities and infrastructure in order to increase visitor numbers. The research employed a descriptive qualitative method, utilizing observation, in-depth interviews, documentation, and literature review, with market staff and tourists as informants. The findings indicate that development strategies include improving physical facilities, organizing cultural events, promoting through digital media, providing community training and empowerment, and collaborating with external partners. Data revealed a significant 58% increase in tourist visits in 2024 compared to the previous year. However, challenges remain, including limited funding, low community participation in facility maintenance, and minimal external support. The study concludes that integrated management strategies combined with effective digital promotion and community involvement are crucial to strengthening Pasar Bambu's position as a sustainable culinary tourism destination.

Keywords: Development Strategy; Culinary Tourism; Tourism Village; Facilities; Tourist Visits

Abstrak

Pariwisata kuliner merupakan salah satu daya tarik penting dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan. Pasar Bambu Desa Bonjeruk di Lombok Tengah memiliki potensi kuliner khas dan atmosfer budaya lokal yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, namun pengelolaannya masih menghadapi sejumlah tantangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan wisata kuliner di Pasar Bambu serta upaya pengelolaan sarana dan prasarana untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan kajian pustaka, melibatkan staf pengelola dan wisatawan sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan dilakukan melalui perbaikan fasilitas fisik, penyelenggaraan event budaya, promosi digital, pelatihan dan pemberdayaan masyarakat, serta kerja sama dengan pihak eksternal. Data menunjukkan adanya peningkatan signifikan kunjungan wisatawan pada tahun 2024 sebesar 58% dibandingkan tahun sebelumnya. Kendala utama meliputi keterbatasan anggaran, rendahnya partisipasi masyarakat, dan minimnya dukungan eksternal. Disimpulkan bahwa strategi pengelolaan terpadu dengan promosi digital efektif dan pelibatan masyarakat berperan penting dalam memperkuat posisi Pasar Bambu sebagai destinasi wisata kuliner berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Wisata Kuliner; Desa Wisata; Sarana Prasarana; Kunjungan Wisatawan

Corresponding author : laleaulia02@gmail.com¹

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, sekaligus menjadi salah satu industri unggulan yang terus dikembangkan. Namun, perkembangan pariwisata yang tidak terkendali berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap aspek sosial, budaya, dan lingkungan sehingga menuntut adanya pengelolaan berbasis keberlanjutan (Budiatiningsih, 2023; Purnomo dkk., 2020). Desa wisata menjadi salah satu fokus pengembangan pariwisata berkelanjutan, karena menggabungkan atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung dengan aktivitas sehari-hari masyarakat setempat..

Desa Wisata Bonjeruk di Lombok Tengah merupakan salah satu destinasi yang menonjol dengan konsep wisata nostalgia, pemenang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021. Salah satu daya tarik utamanya adalah Pasar Bambu, yang menghadirkan kuliner tradisional khas Lombok seperti ayam merangkat serta berbagai produk UMKM lokal. Kuliner menjadi elemen penting dalam memperkaya pengalaman wisata, namun keberhasilan destinasi tidak hanya ditentukan oleh keunikan kuliner, melainkan juga oleh ketersediaan dan pengelolaan sarana prasarana pendukung seperti gazebo, kios, area parkir, dan toilet umum yang nyaman.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan: Bagaimana strategi pengembangan wisata kuliner di Pasar Bambu Desa Bonjeruk dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan? dan bagaimana upaya pengelolaan sarana dan prasarana untuk mendukung pengembangan tersebut? Pertanyaan ini penting mengingat pengelolaan destinasi kuliner tidak hanya terkait aspek promosi, tetapi juga

keterlibatan masyarakat serta efektivitas fasilitas penunjang.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi pengembangan wisata kuliner yang diterapkan di Pasar Bambu serta menelaah pengelolaan sarana prasarana dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pengelola dan pemerintah daerah dalam merumuskan langkah pengembangan berbasis komunitas, serta kontribusi teoretis berupa pemahaman lebih lanjut mengenai strategi destinasi wisata kuliner desa.

Penelitian ini memiliki relevansi ilmiah karena mengisi kesenjangan penelitian terkait pengelolaan destinasi wisata kuliner berbasis komunitas di desa wisata. Studi terdahulu banyak menyoroti potensi kuliner sebagai atraksi wisata (Kumar, 2019; Kristiana dkk., 2018), namun belum banyak yang secara spesifik mengkaji keterpaduan strategi promosi, pengembangan fasilitas, dan partisipasi masyarakat dalam konteks desa wisata di Lombok. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur pariwisata berkelanjutan sekaligus menjadi referensi bagi pengembangan destinasi serupa di daerah lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata Kuliner

Wisata kuliner dipandang sebagai salah satu segmen pariwisata yang memiliki pertumbuhan pesat karena mampu memberikan pengalaman yang unik, autentik, dan emosional kepada wisatawan. Menurut Hall & Sharples (2003), kuliner menjadi daya tarik utama sekaligus sarana interpretasi budaya. Wisatawan yang berkunjung ke desa wisata tidak hanya mencari atraksi fisik, tetapi juga ingin merasakan makanan

tradisional yang merefleksikan identitas lokal. Kuliner tradisional Lombok, seperti ayam merangkat, sate rembiga, atau plecing kangkung, misalnya, bukan sekadar konsumsi tetapi juga simbol kearifan lokal. Oleh karena itu, wisata kuliner berperan strategis dalam menciptakan diferensiasi destinasi di tengah persaingan pariwisata global.

Fasilitas dan Sarana Prasarana

Fasilitas wisata meliputi segala bentuk sarana pendukung yang digunakan wisatawan untuk menikmati pengalaman berwisata, baik berupa fasilitas utama seperti akomodasi dan transportasi, maupun fasilitas tambahan seperti toilet, area parkir, kios, dan gazebo. Tjiptono (2017) menekankan bahwa fasilitas yang memadai berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Dalam konteks Pasar Bambu Desa Bonjeruk, ketersediaan sarana prasarana yang bersih, aman, dan mudah diakses menjadi faktor penting untuk mendukung pengalaman wisata kuliner. Apabila fasilitas dikelola dengan baik, destinasi mampu menciptakan citra positif dan mendorong loyalitas wisatawan untuk kembali berkunjung.

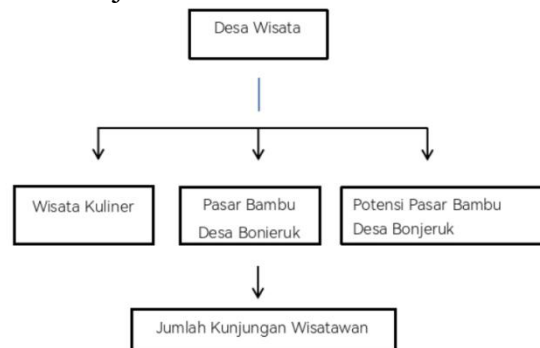
Strategi Pengembangan dan Partisipasi Masyarakat

Strategi pengembangan wisata kuliner tidak hanya bergantung pada inovasi produk, tetapi juga mencakup promosi digital, penyelenggaraan event budaya, serta pemberdayaan masyarakat. Buhalis (2000) menyebutkan bahwa keberhasilan destinasi ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi dan keterlibatan *stakeholder*. Dalam hal ini, partisipasi masyarakat menjadi faktor kunci karena masyarakat lokal adalah pelaku utama yang menjaga keaslian tradisi sekaligus penerima manfaat ekonomi. Penelitian Suardana & Dewi

(2021) menegaskan bahwa *community-based tourism* meningkatkan rasa memiliki dan memperkuat keberlanjutan desa wisata. Namun, kendala seperti keterbatasan anggaran, literasi digital rendah, dan minimnya dukungan eksternal seringkali menjadi hambatan dalam mengoptimalkan strategi tersebut (Putra & Antara, 2020).

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada hubungan antara wisata kuliner, fasilitas, dan strategi pengembangan berbasis masyarakat. Pasar Bambu Desa Bonjeruk dipilih sebagai studi kasus karena menggabungkan keunikan kuliner lokal dengan atmosfer budaya tradisional. Dalam kerangka ini, promosi digital yang konsisten dan berbasis konten kreatif, didukung oleh pengelolaan fasilitas yang memadai serta keterlibatan masyarakat, diyakini mampu meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, penelitian diarahkan untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan kuliner dan pengelolaan fasilitas dapat memperkuat posisi Pasar Bambu sebagai destinasi wisata kuliner berkelanjutan.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada studi kasus, yakni menganalisis secara mendalam aktivitas

dan fenomena yang terjadi di Pasar Bambu, Desa Bonjeruk, Lombok Tengah. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali strategi pengembangan wisata kuliner dan pengelolaan fasilitas secara mendalam berdasarkan realitas lapangan. Objek penelitian adalah Pasar Bambu sebagai destinasi kuliner berbasis masyarakat, sedangkan subjek penelitian mencakup pengelola pasar, pedagang kuliner, dan wisatawan yang berkunjung. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung mereka dalam kegiatan pengelolaan maupun pengalaman berwisata.

Data penelitian diperoleh melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi literatur. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi fasilitas dan aktivitas wisata kuliner di lokasi. Wawancara dilaksanakan dengan pengelola, pedagang, serta wisatawan guna menggali informasi mengenai strategi pengembangan, tantangan, dan persepsi wisatawan. Dokumentasi berupa foto, arsip data kunjungan, serta laporan kegiatan pasar digunakan untuk memperkuat temuan. Selain itu, studi literatur dari jurnal dan laporan penelitian relevan turut menjadi data pendukung.

Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interaktif. Informasi dari berbagai sumber dibandingkan dan disintesis untuk menemukan pola strategi, bentuk pengelolaan fasilitas, serta dampaknya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Dengan analisis ini, penelitian berusaha memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas strategi pengembangan wisata kuliner berbasis masyarakat di Pasar Bambu Desa Bonjeruk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Bambu Desa Bonjeruk telah menerapkan strategi pengembangan wisata kuliner melalui perbaikan fasilitas fisik, penyelenggaraan event budaya, promosi digital, dan kerja sama dengan pihak eksternal seperti agen perjalanan dan *influencer*. Strategi ini terbukti efektif karena data kunjungan wisatawan pada tahun 2024 meningkat sebesar 58% dibandingkan tahun sebelumnya. Fakta ini menegaskan bahwa kombinasi antara kuliner lokal, dukungan fasilitas, dan promosi digital mampu mendorong pertumbuhan destinasi secara signifikan. Temuan ini konsisten dengan pendapat Buhalis (2000) yang menekankan bahwa inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata.

Pengelolaan sarana dan prasarana juga memainkan peran penting dalam menjaga kepuasan wisatawan. Ketersediaan gazebo, area parkir, kios, dan toilet dinilai cukup memadai, meskipun masih terdapat keterbatasan pada aspek pemeliharaan. Wisatawan mengakui bahwa keberadaan fasilitas yang terawat memberikan kenyamanan selama berkunjung dan memperkuat citra destinasi. Temuan ini sejalan dengan teori Tjiptono (2017) yang menegaskan bahwa kualitas fasilitas berhubungan langsung dengan kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa sarana prasarana bukan hanya sekadar penunjang teknis, melainkan bagian integral dari strategi destinasi yang berdampak pada loyalitas kunjungan.

Di sisi lain, keterlibatan masyarakat lokal menjadi faktor pendukung keberlanjutan Pasar Bambu, baik melalui aktivitas berdagang, penyelenggaraan kegiatan budaya, maupun pemeliharaan fasilitas. Namun, penelitian juga menemukan keterbatasan dalam bentuk minimnya anggaran, rendahnya literasi

digital, serta kurangnya dukungan eksternal yang dapat menghambat optimalisasi strategi. Kondisi ini memperkuat temuan Putra & Antara (2020) bahwa kendala struktural dapat mengurangi efektivitas pengembangan destinasi berbasis komunitas. Makna penting dari hasil ini adalah bahwa pendekatan *community-based tourism* perlu dilengkapi dengan upaya penguatan kapasitas masyarakat agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar pariwisata modern.

Secara akademik, penelitian ini memperluas kajian wisata kuliner dengan menegaskan pentingnya integrasi antara strategi pengembangan, pengelolaan fasilitas, dan partisipasi masyarakat sebagai landasan dalam membangun destinasi berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian memberikan perspektif baru bahwa promosi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga dapat menjadi instrumen strategis untuk membangun narasi budaya lokal. Dengan demikian, kontribusi utama dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa destinasi wisata kuliner berbasis komunitas dapat memperoleh daya saing yang lebih kuat apabila strategi promosi, fasilitas, dan keterlibatan masyarakat dikelola secara terpadu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengembangan wisata kuliner di Pasar Bambu Desa Bonjeruk berhasil mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan melalui kombinasi kuliner tradisional, pengelolaan fasilitas, promosi digital, serta keterlibatan masyarakat. Peningkatan kunjungan sebesar 58% pada tahun 2024 dibanding tahun sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi strategi tersebut efektif dalam memperkuat daya tarik destinasi. Pengelolaan sarana dan prasarana yang

memadai terbukti memberikan kenyamanan dan memengaruhi kepuasan wisatawan, sementara partisipasi masyarakat memperlihatkan kontribusi penting meski masih menghadapi keterbatasan dalam hal anggaran, literasi digital, dan dukungan eksternal. Secara akademik, penelitian ini menegaskan relevansi teori pengembangan destinasi, teori fasilitas, serta konsep *community-based tourism*, sekaligus memperluas pemahaman bahwa promosi digital berfungsi ganda sebagai media pemasaran dan sarana pelestarian budaya lokal.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pengelola Pasar Bambu memperkuat strategi promosi dengan memanfaatkan platform digital yang lebih populer seperti Instagram dan YouTube, serta memperkaya konten dengan *storytelling* budaya, video pengalaman wisatawan, dan testimoni autentik untuk membangun keterikatan emosional. Pemerintah daerah perlu memberikan dukungan melalui peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan fasilitas dan pemanfaatan teknologi digital, sehingga masyarakat dapat berperan lebih besar dalam menjaga keberlanjutan destinasi. Selain itu, keterlibatan komunitas lokal dalam produksi konten promosi akan meningkatkan autentisitas sekaligus memberdayakan masyarakat. Untuk penelitian selanjutnya, studi komparatif dengan desa wisata lain atau kajian tentang dampak media audio-visual terhadap keputusan berkunjung dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai efektivitas strategi promosi digital dalam pariwisata kuliner berbasis budaya.

DAFTAR PUSTAKA

Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. 2018. Analisis strategi promosi dalam

- pengembangan pariwisata di Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Sains Manajemen*, 4, 83–93.
- Afifa, P. N. A. 2022. Peran masyarakat dalam menarik minat wisatawan di Kampung Adat Prailu Kabupaten Sumba Timur (*Bachelor's thesis, Fakultas Adab dan Humaniora*).
- Agusra, D., Lussianda, O. E., & Afriyeni, Y. 2019. Strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pada Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru Provinsi Riau. *Akuntabel*, 1, 54–61.
- Arintoko, & dkk. 2020. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Aryani, & dkk. 2019. Destinasi pariwisata berbasis masyarakat. Jakarta: Salemba Empat.
- Budiarta, I. P., Susanto, B., Wijaya, I. N., & Yudistira, C. G. 2020. Strategi pemasaran objek wisata Alas Kedaton untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. *ISAS Publishing*, 6, 450–455.
- Budiatiningsih. 2023. Kondisi pariwisata berkelanjutan di bidang sosial budaya: Pengalaman dan harapan pengunjung di Tanjung Papuma Jember. *Binnus Review*, 5(1).
- Destyana, Y., & Oktavianti, R. 2021. Strategi promosi jasa hotel melalui media sosial. *Jurnal Penelitian Terdahulu*, 5, 253–260.
- Faki, K. 2010. Potensi wisata kuliner dalam pengembangan pariwisata di Yogyakarta (*Bachelor's thesis, Universitas Darma Agung*).
- Hestanto, "Definisi Pariwisata, indikator, perkembangan, objek dan daya tarik", dalam <https://www.hestanto.web.id/Artike> [/Hestanto, diakses](#) tanggal 12 Juni 2025
- Kristiana, & dkk. 2018. Analisis teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lukitaningsih, A. 2023. Perkembangan konsep pemasaran: Implementasi dan implikasinya. *Jurnal Maksipreneur*, 3, 21–35.
- Maifia, R. 2021. Peran pedagang dalam meningkatkan potensi wisata kuliner di kawasan Pantai Tanjung Bias Desa Senteluk Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat (*Bachelor's thesis, Universitas Mataram*).
- Mastriani, N. 2022. Dampak ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan terhadap pengembangan desa wisata di Jatiluwih–Tabanan. *Jurnal*, 5(1).
- Miftahun, J. 2020. Strategi pengembangan wisata kuliner Taman Cery Glompong (*Bachelor's thesis, Universitas Negeri Semarang*).
- Munjir, A., Yulianti, H. F., & Artiningsih, D. W. (n.d.). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung untuk menginap pada Hotel Summer di Banjarmasin.
- Murianto. 2019. Desa Bonjeruk sebagai desa wisata berbasis alam dan budaya di Lombok Tengah. *Hospitality*, 8, 19–28.
- Murianto. 2019. Model promosi tiga desa wisata di Lombok Tengah. *Hospitality*, 8, 43–50.
- Nainggolan, I. A. 2018. Strategi pengembangan kuliner khas Kota Medan dalam penetapan laba maksimal (*Doctoral dissertation, Universitas Airlangga*).

- Priantana, A. P., & Santoso, E. 2019. Strategi promosi objek wisata alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Komunikasi Global*, 8, 104–115.
- Purnomo, & dkk. 2020. Strategi perencanaan dan pengembangan destinasi wisata. *Jurnal*, 1(1).
- Rachmayanti, M., & Rina, N. 2018. Analisis strategi promosi dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2, 1–17.
- Rijali, A. 2018. Analisis data kualitatif, 17, 81–95.
- Ristanto, H. 2018. Diktat perencanaan pariwisata. Manajemen Kepariwisataan. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Subandi. (n.d.). Deskripsi kualitatif sebagai satu metode dalam penelitian pertunjukan, 173–179.
- Susanti, S. E., & Prabowo, B. 2019. Strategi pemasaran pariwisata di Wonosalam dalam meningkatkan daya tarik pengunjung. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10, 105–118.
- Suwena, I. K. 2023. Pengetahuan dasar ilmu pariwisata. Denpasar: *Udayana Press*.
- Tahir, Y. D., Kiyai, B., & Dengo, S. 2021. Strategi promosi pariwisata bunga di Kota Tomohon. *JAP*, 7, 1–78.
- Wening, N., Al Hasny, M., & Fitryana, R. 2022. Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang (KRKB) Gembira Loka di Kota Yogyakarta. *Jurnal Kajian Bisnis*, 22, 1–10.
- Yuliaaja27, “WisataKuliner”, dalam <https://wisatakuliner.wordpress.com/Artikel/Yuliaaja27>, diakses tanggal 12 Juni 2025