



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 9306-9316

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Strategi Bertahan Wisata Kuliner dan Budaya Lokal sebagai Daya Tarik Wisata di Pasar Wit-Witan Desa Alasmalang Kecamatan Singojuruh Banyuwangi

Nadiya Lifa Ningrum^{1✉}, Yosi Mulyana Pratiwi², Nina Ruly Istiari³

Akademi Kelautan Banyuwangi

Email: nadiyalifaningrum@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Wisata kuliner hadir sebagai penunjang kegiatan pariwisata di suatu daerah. Adanya wisata kuliner dan budaya lokal menjadi penggerak pariwisata untuk maju dan menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan. Selain itu wisata kuliner dan budaya lokal dapat menambah roda perekonomian masyarakat sekitar wisata. Namun pada kenyataannya hanya sedikit wisata kuliner dan budaya lokal yang mampu bertahan dalam jangka waktu lama, salah satunya adalah pasar kurma yang terletak di Desa Alasmalang, Kecamatan Singojuruh, Kabupaten Banyumas. Pasar kurma ini merupakan pasar kuliner lokal yang mengutamakan keaslian budaya lokal sehingga menciptakan keunikan tersendiri dibandingkan wisata kuliner lainnya. Penelitian ini berfokus pada pembahasan analisis strategi bertahan hidup wisata kuliner dan budaya lokal sebagai daya tarik wisata di Pasar Wit-witan, Kecamatan Singojuruh, Kabupaten Banyumas, serta memiliki tujuan untuk mengidentifikasi jenis dan potensi wisata kuliner dan budaya lokal di Pasar Wit-witan Kabupaten Banyumas serta strategi bertahan hidup wisata kuliner dan budaya lokal yang dimiliki Pasar Wit-witan sebagai daya tarik wisata. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan objek penelitian pada pelaku usaha kuliner dan budaya pasar kurma di Kabupaten Banyumas. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya dilakukan uji kelayakan data dan ditarik kesimpulan dari hasil analisis serta diberikan rekomendasi sesuai dengan kenyataan di lapangan. Pada akhirnya penelitian ini menghasilkan pembahasan yang mendalam terkait strategi survival yang dimiliki pasar kurma di Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyumas yang juga dapat menjadi branding pariwisata Kabupaten Banyumas dan luaran yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah mempublikasikan dalam bentuk artikel pada jurnal terakreditasi. Kata Kunci: Kata kunci berisi ide-ide atau konsep dasar yang mewakili

bidang yang diteliti. Jumlah kata kunci antara 3-5 Frasa dan diurutkan menurut abjad.

Kata Kunci: *Kuliner, Budaya Lokal, Tempat Wisata*

Abstract

Culinary tourism is present as a support for tourism activities in an area. The existence of culinary tourism and local culture is a driver of tourism to promote and become a tourist attraction for tourists. In addition, culinary tourism and local culture can increase the economic wheels of the community around tourism. But in fact, only a few culinary and local cultural tourism can last for a long time, one of which is the date market located in Alasmalang Village, Singojuruh District, Banyuwangi. This date market is a local culinary market that prioritizes the authenticity of local culture so as to create its uniqueness compared to other culinary tours. This study focuses on the discussion of the analysis of the survival strategy of local culinary and cultural tourism as a tourist attraction in the Wit-witan Market, Singojuruh District, Banyuwangi, and has the aim of identifying the types and potentials of local culinary and cultural tourism in the Banyuwangi Wit-witan Market and the survival strategy of local culinary and cultural tourism owned by the Wit-witan Market as a tourist attraction. This research is a qualitative research with the object of research on culinary business actors and the culture of the date market in Banyuwangi. The research sampling technique uses purposive sampling. Data collection uses observation, interview, and documentation methods. Data analysis is carried out by means of data reduction, data presentation and conclusions. Furthermore, a data feasibility test is carried out and conclusions are drawn from the analysis and recommendations are provided in accordance with the reality in the field. In the end, this study resulted in an in-depth discussion related to the survival strategy owned by the date market in Singojuruh District, Banyuwangi which can also be a branding of Banyuwangi tourism and the output targeted in this study is publish in articles in accredited journals.

Keywords: *Culinary, Local Culture, Tourist Attractions*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang dapat mempercepat pertumbuhan perekonomian suatu wilayah. Hal ini juga dianggap sebagai aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah yang memiliki potensi objek wisata. Salah satu daerah yang memiliki kekayaan alam dan potensi wisata yakni Banyuwangi, sehingga pariwisata menjadi sektor unggulan yang tertuang dalam RPJMD Kabupaten Banyuwangi 2021-2025. Banyuwangi selalu berinovasi dalam mengembangkan pariwisatanya, hal ini terbukti dengan terpilihnya Banyuwangi menjadi juara pertama kategori kabupaten atau kota yang serius mengelola sektor pariwisata dalam ajang penghargaan Anugerah bangga berwisata di Indonesia (ABBWI) 2023 di Jakarta.

(www.detik.com). Peran masyarakat lokal menjadi kunci berhasilnya Banyuwangi dalam mengelola pariwisata, masyarakat lokal yang tergabung dalam komunitas sadar wisata (pokdarwis) selalu memunculkan inovasi terhadap perkembangan pariwisata yang ada Di Banyuwangi ini.

Banyuwangi yang terkenal dengan wisata alamnya ternyata juga memiliki warisan budaya serta kuliner yang beragam yang menjadi daya tarik wisatawan. Menurut Putra dkk (dalam Syarifuddin, 2018), wisata kuliner adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik serta mengesankan. Hal ini berarti wisata kuliner bukan hanya sekedar menikmati makanan atau minuman saja namun lebih menikmati keunikan makanan dan pengalaman yang didapat setelahnya. Wisata kuliner di Banyuwangi ini berkembang sejalan dengan adanya festival wisata yang ada di Banyuwangi, banyak wisata kuliner yang bermunculan seperti Arabian street food yang mengangkat tema kuliner arab yang digagas masyarakat arab yang tinggal di Banyuwangi atau yang disebut kampung arab Di Banyuwangi, kampung kuliner Desa Kemiren yang bertema masakan khas masyarakat suku Osing Banyuwangi, dan pasar wit-witan Alasmalang dengan tema pasar kuliner lokal dengan konsep pasar tempo dulu, serta masih banyak pasar kuliner lainnya.

Pada perkembangannya, wisata kuliner yang ada di Banyuwangi tidak bertahan lama atau tutup yang diakibatkan karena semakin menurunnya jumlah wisatawan yang datang pada pasar kuliner tersebut. Namun demikian ada satu wisata kuliner yang sampai saat ini masih tetap buka dan bertahan serta masih menjadi destinasi pilihan wisatawan untuk berkunjung yakni pasar wit-witan. Pasar wit-witan ini merupakan pasar tradisional yang di desain dengan konsep pasar tempo dulu agar terlihat berbeda dari pasar umumnya, pasar ini selain menjual kuliner makanan tradisional atau khas Banyuwangi juga menyajikan nuansa budaya yang dimiliki Banyuwangi dengan menampilkan icon "kebo-keboan" yang merupakan ritual adat Desa Alasmalang dan musik traditional angklung. Wisatawan yang berkunjung ke pasar wit-witan ini akan mendapatkan pengalaman dan sensasi wisata kuliner dengan konsep tempo dulu karena pasar ini terletak diantara pohon-pepohonan atau hutan. Hal ini yang menjadi keunikan yang mungkin jarang ditemui di kota lain sehingga menjadikan pasar wit-witan selalu ramai dikunjungi para wisatawan lokal maupun luar kota.

Penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai analisis strategi bertahan wisata kuliner dan budaya lokal sebagai daya tarik wisata di Pasar Wit-witan Kecamatan Singojuruh Banyuwangi. Tujuan penelitian ini yakni: 1) mengidentifikasi jenis-jenis dan

potensi wisata kuliner dan budaya lokal yang ada di Pasar Wit-witan Banyuwangi, 2) strategi bertahan wisata kuliner dan budaya lokal yang dimiliki oleh pasar wit-witan sebagai daya tarik wisatawan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif deskriptif, yakni jenis penelitian yang untuk menghasilkan temuan secara langsung dengan melakukan observasi langsung atau turun lapangan dan melakukan wawancara untuk menggali informasi sehingga tidak bisa dicapai jika menggunakan cara statistik Lexy (2010). Penelitian deskriptif juga membantu peneliti untuk memahami karakteristik dari suatu kelompok, membantu dalam pemikiran secara sistematis terkait aspek-aspek dalam situasi tertentu, menyediakan ide untuk pencarian dan penelitian lebih lanjut, dan membantu dalam pengambilan keputusan. Fokus pada penelitian ini yakni mengidentifikasi jenis-jenis dan potensi wisata kuliner dan budaya lokal yang ada di Pasar Wit-witan Banyuwangi dan strategi bertahan wisata kuliner dan budaya lokal yang dimiliki oleh pasar wit-witan sebagai daya tarik wisatawan saat berkunjung.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Wit-witan Kecamatan Singojuruh, Banyuwangi dengan waktu penelitian selama 1 (satu) tahun.

Teknik Pengambilan Informan

Teknik purposive sampling dipilih dalam penelitian ini dalam penentuan sampel karena atas pertimbangan tertentu Sugiyono (2016).

Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a) Penggunaan studi pustaka
- b) Observasi
- c) Wawancara mendalam

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2016) yang terdiri dari tiga sub proses yang saling berkaitan yakni:

- a) Reduksi data/data reduction, yaitu merupakan bentuk analisis menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan dapat ditarik.
- b) Penyajian data/data display, yaitu sekumpulan informasi dan data yang member kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan mengambil tindakan.
- c) Penarikan kesimpulan/conclusion, yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan hasil tinjauan lapangan melalui studi pustaka, wawancara dan observasi.

Pengujian Keabsahan Data

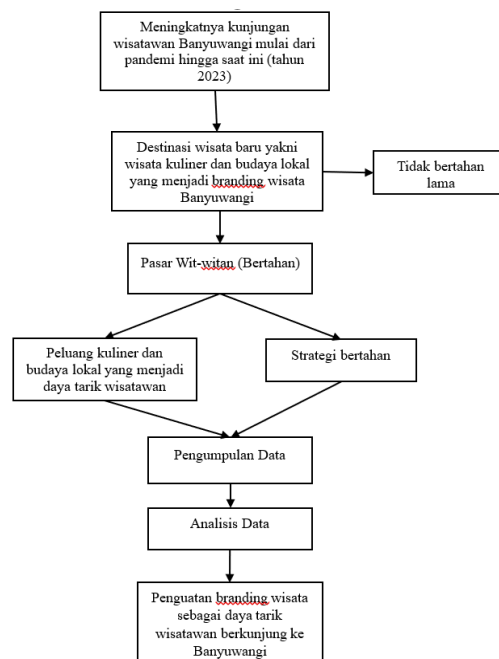
Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data lebih bersifat sejalan dengan proses penelitian itu berlangsung. Menurut Sugiyono (2016) uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, menggunakan bahan referensi, analisis kasus negative dan membercheck.

Alur Penelitian

Adapun alur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Penelitian diawali dengan semakin meningkatnya kunjungan wisata ke Banyuwangi karena adanya festival wisata di Banyuwangi
- b) Banyaknya destinasi baru wisata yang bermunculan bukan hanya tempat wisata alam namun wisata kuliner dan budaya lokal yang terus bermunculan
- c) Namun hanya beberapa wisata kuliner dan budaya lokal yang dapat bertahan sampai sekarang yakni pasar wit-witan Kecamatan Singojuruh, Banyuwangi
- d) Peneliti ingin menggali lebih dalam terkait peluang wisata kuliner dan budaya lokal serta strategi bertahan yang dimiliki oleh Pasar wit-witan sebagai daya tarik wisata
- e) Setelah menentukan rumusan masalah yang akan digali, peneliti menentukan informan dengan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara melalui metode triangulasi yaitu metode pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.
- f) Setelah data dikumpulkan dari beberapa informan dan digabungkan dengan berbagai informasi dari dokumen, bahan internet. Selanjutnya dianalisis dengan dengan cara reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Sehingga diperoleh data yang relatif sama atau tidak ada lagi data atau informasi baru yang diperoleh.
- g) Menguji keabsahan data melalui perpanjangan pengamatan, menggunakan bahan referensi dan mengadakan member check. Kemudian menarik kesimpulan dari

analisis tersebut dan memberikan rekomendasi sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan.



Gambar 2. Bagan Alur Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Wisata kuliner dan budaya lokal merupakan suatu penguat dalam kegiatan pariwisata dalam suatu daerah, dengan adanya wisata kuliner dapat meningkatkan performa pariwisata dalam suatu daerah. Adanya wisata kuliner dan budaya lokal bukan hanya untuk mempopulerkan tempat itu saja namun juga dapat menggali potensi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan dari berbagai aspek-aspek tempat pariwisata tersebut. Maka dari itu sering sekali dalam tempat pariwisata selalu terdapat kuliner khas yang yang dijadikan promosi budaya pada daerah tersebut. Pengembangan dalam hal ini adalah wisata kuliner tentunya dapat memberikan berbagai manfaat, salah satunya adalah sebagai alat atau media untuk memperkenalkan atau mempromosikan budaya lokal (Levyda et al., 2020). Kuliner yang terdapat di Pasar wit-witan ini merupakan kuliner khas yang ada di daerah Banyuwangi dan merupakan makanan tradisional yang mungkin jarang ditemui di daerah perkotaan. Kuliner khas Banyuwangi yang terkenal dengan ragam olahan yang khas menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung, salah satunya yakni sego tempong, pecel pitik, dan ayam kesrut.

Selain itu atraksi budaya juga menjadi daya tarik wisata untuk mempromosikan pariwisatanya, bermacam atraksi budaya yang dimiliki di setiap daerah di Indonesia dapat dijadikan daya tarik wisata pada daerah tersebut. Atraksi budaya merupakan suatu seni yang unik yang dimiliki oleh setiap daerah dengan tema dan bentuk yang berbeda-beda sehingga dapat menjadi *uniqueness* bagi tiap-tiap daerah wisata. Hasil penemuan pada penelitian ini mendapatkan bahwa atraksi budaya di Banyuwangi sangat beraneka ragam, karena Banyuwangi juga merupakan salah satu daerah yang memiliki beragam seni budaya. Salah satunya yakni gandrung yang menjadi ikon kota Banyuwangi sebagai kesenian tarian khas yang dimiliki Banyuwangi. Selain itu ritual Kebo-keboan yang terdapat di pasar wit-witan ini menjadi ikon wisata kuliner pasar wit-witan di Singojuruh Banyuwangi. Kebo-keboan merupakan ritual adat masyarakat Singojuruh yang menjadi khas sebagai ritual syukur setelah panen raya sehingga kebo-keboan menjadi daya tarik wisatawan yang akan berkunjung ke pasar wit-witan.

Pembahasan

Potensi wisata kuliner dan budaya lokal yang ada di Pasar Wit-witan Banyuwangi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti sampaikan di atas, maka hasil temuan peneliti selaras dengan hasil penelitian terdahulu dan swlandasan teori pada penelitian ini. Wisata kuliner pasar wit-witan menjadi wisata kuliner yang ramai dikunjungi oleh para wisatawan dan masih eksis sampai sekarang. Pengembangan Wisata kuliner pasar wit-witan di Banyuwangi memanfaatkan keadaan budaya yang terdapat di daerah Alasmalang Kecamatan Singojuruh untuk menjadi pendorong daya Tarik wisata oleh wisatawan lokal maupun luar daerah. Selain itu adanya wisata kuliner pasar wit-witan menjadi destinasi baru ketika wisatawan berwisata ke Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan adanya festival kuliner yang sudah mulai didirikan pada setiap daerah-daerah di Banyuwangi, diantaranya pasar adat kemiren di desa kemiren, pasar capung di desa dadapan, pasar wit-witan ini di desa Alas Malang, dll. Namun seiring perkembangannya, beberapa wisata kuliner yang telah berdiri ini semakin menurun dan banyak yang sudah tutup kecuali pasar wit-witan yang masih terbuka dan ramai hingga sekarang. Hal ini dapat dianalisis bahwa wisata kuliner pasar wit-witan memiliki potensi yang dimiliki sehingga keberlangsungannya masih berdiri hingga sekarang. Berdasarkan hasil analisis peneliti dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. *Uniqueness*

Wisata pasar wit-witan memiliki potensi bisnis kuliner yang sangat unik, dalam hal ini unik yang dimaksud ialah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain, Kartono (2010). Dalam hal ini keunikan yang dimiliki oleh pasar wit-witan yaitu selain menyajikan makanan khas daerah Banyuwangi, pada pasar tersebut mengusung tema tempo dulu dengan semua penjual menggunakan baju kebaya atau pakaian adat, ada iconic kebo-keboan sebagai mascot daerah tersebut. Faktor keunikan tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada pasar wit-witan.

2. *Attraction*

Dalam mengidentifikasi atraksi wisata kuliner pasar wit-witan diklasifikasikan menjadi dua yaitu atraksi bersifat buatan manusia (*man made*) serta atraksi wisata bersifat natural (*natural resources*), Murdana (2019). Pada wisata kuliner pasar wit-witan bersifat natural, sesuai dengan namanya pasar wit-witan yaitu pasar yang bernuansa asri alami dibawah pepohonan yang rindang. Hal ini membuat para pengunjung menjadi betah untuk singgah dan menikmati wisata kuliner disana karena lingkungan alami yang sejuk. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, daya tarik pengunjung wisata kuliner pasar wit-witan yang pertama yaitu sesuatu yang dapat dilakukan pengunjung (*something to do*) meliputi aktivitas untuk swafoto karena spot foto disana sangat mendukung dengan adanya icon kebo-keboan, Kedua sesuatu yang dapat dibeli oleh pengunjung pada wisata kuliner pasar wit-witan (*something to buy*) yaitu pengunjung dapat membeli aneka makanan dan minuman yang dijual antara lain makanan tradisional khas daerah banyuwangi yaitu lupis, tiwul, sego cawuk, pecel pitek (ayam), gatot, botok (pepes) tawon, geseng bangong (itik jantan), putu, dawet, dan masih banyak lagi yang dapat dinikmati secara langsung oleh pengunjung. Ketiga, sesuatu yang dapat dilihat oleh pengunjung (*something to see*) yaitu live musik yang tersedia, iconic kebo-keboan, suasana keasrian pada lokasi dan para penjual memakai pakaian jaman dahulu, hal ini mencerminkan konsep kearifan lokal. Keempat, sesuatu yang dapat dipelajari oleh pengunjung pada wisata kuliner pasar wit-witan tersebut berupa pengalaman baru (*something to learn*) yaitu seolah-olah pengunjung dapat merasakan vibes tempo dulu. Dan juga pada wisata kuliner pasar wit-witan ini kita dapat belajar terkait pengurangan penggunaan sampah plastik, karena tempat makan dan minum disana menggantikannya dengan wadah

makan menggunakan daun, anyaman bambu, dan cobek dari tanah, untuk wadah minum menggunakan tempurung kelapa atau potongan bambu.

3. Keterlibatan Masyarakat

Potensi yang dimiliki di wisata kuliner selain *uniqueness* dan *attraction* yakni keterlibatan atau partisipasi masyarakat. Hal ini menjadi potensi yang akan mendukung keberlangsungan kegiatan wisata kuliner di pasar wit-witan. Adanya keterlibatan atau partisipasi masyarakat sebagai bentuk dukungan dari masyarakat karena masyarakat adalah pelaku utama dalam pengembangannya serta sesuai teori CBT (*Community Based Touris*) bahwa konsep dari pembangunan pariwisata menitikberatkan pada masyarakat, budaya serta kearifan lokal yang berbasis sosial dan lingkungan (Sarudin, 2023). Bentuk keterlibatan masyarakat dalam wisata kuliner pasar wit-witan ini yakni dengan adanya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sebagai penggerak untuk memberikan konsep dan sehingga terbentuklah wisata kuliner di Desa Alas Malang. Berdasarkan hal tersebut keterlibatan masyarakat menjadi potensi yang harus terus dikembangkan sehingga menjadikan wisata kuliner pasar wit-witan bisa bertahan dan mendukung wisata yang ada disekitar Banyuwangi khususnya.

Strategi Bertahan Wisata Kuliner dan Budaya Lokal yang Dimiliki oleh Pasar Wit-Witan sebagai Daya Tarik Wisatawan.

1. Tata Kelola

Tata kelola wisata kuliner pasar wit-witan sudah tertata dengan baik dengan terbentuknya kelompok sadar wisata (POKDARWIS), adanya kelompok ini dapat diidentifikasi tergolong baik melalui tanggung jawab atas dasar struktur kelompok tersebut. Kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang terbentuk di Desa Alas Malang ini merupakan wujud keterlibatan dari masyarakat setempat yang ingin memajukan desanya dengan pariwisata. Adanya pasar wit-witan ini menjadi destinasi wisata kuliner yang dapat menarik hati para wisatawan lokal maupun luar kota. Berdasarkan hal di atas tentu dengan tata kelola yang baik pada keterlibatan atau partisipasi aktif dari masyarakat ini yang menjadikan strategi bertahan wisata kuliner pasar wit-witan bisa bertahan sampai sekarang.

2. Komitmen

Komitmen ini merupakan perwujudan konsistensi dari beberapa pihak yang terlibat yakni Pemerintah, pokdarwis dan pelaku UMKM yang ada pada pasar wit-witan. Adanya komitmen dapat mengintegrasikan kolaborasi yang dibentuk dengan

semakin kuat. Komitmen ini berasal dari semua pihak dan terutama pada pelaku UMKM dan Pokdarwis yang berperan aktif dalam kegiatan wisata kuliner pasar wit-witan dengan didukung oleh tata kelola atau manajemen yang bagus. Selain itu pemerintah juga berkomitmen untuk terus mendukung agar wisata kuliner pasar wit-witan ini bisa terus ada dan bertahan lama.

3. Keunikan dan Promosi

Keunikan dan promosi merupakan dua hal yang penting di era digitalisasi seperti saat ini. Pada dasarnya perilaku konsumen saat ini mulai mengarah dan akan tertarik dengan sesuatu yang beda. Sesuatu yang beda atau keunikan dapat menciptakan sebuah memori yang terkesan dibenak konsumen atau wisatawan. Pada wisata kuliner pasar wit-witan ini keunikan memang menjadi potensi yang bisa dijual kepada wisatawan, namun menurut analisis peneliti keunikan juga menjadi strategi bertahannya wisata kuliner tersebut. Hal ini menjadi kesan yang berbeda dibenak wisatawan karena jarang dijumpai pasar tradisional yang dikonsepsi dengan kearifan lokal dan mengedepankan budaya, keunikan ini yang ditonjolkan oleh wisata kuliner pasar wit-witan yang mampu menciptakan kesan menarik dengan menjunjung tinggi budaya daerah. Selain itu promosi yang telah dilakukan oleh Pokdarwis pasar wit-witan ini mulai berkembang dari yang awalnya dari mulut ke mulut dan sekarang sudah melakukan promosi melalui media sosial. Hal ini terlihat pada wisatawan yang berkunjung di pasar wit-witan ini ramai bahkan juga dikunjungi oleh komunitas-komunitas yang ada di Banyuwangi seperti komunitas sepeda, senam dll. hal seperti yang dapat menjadikan strategi bertahan untuk wisata kuliner pasar wit-witan sehingga dapat mengembangkan wisatanya dengan lebih berkembang lagi kedepannya, diantara yakni tata kelola, komitmen, dan uniqueness.

SIMPULAN

Adapun Kesimpulan dalam penelitian ini yakni wisata kuliner pasar wit-witan menjadi destinasi wisata baru di Banyuwangi dengan konsep yang berbeda dan memiliki keunikan dibandingkan dengan wisata kuliner lainnya. Potensi yang dimiliki oleh wisata kuliner pasar wit-witan di antaranya adalah: Uniqueness, attraction, dan keterlibatan Masyarakat. Tiga hal ini yang menjadi salah satu potensi yang dimiliki oleh wisata kuliner yang dapat mendukung keberlangsungan wisata tersebut. Selain itu strategi bertahan yang dimiliki oleh wisata kuliner pasar wit-witan Alas Malang ini

adalah tata Kelola, Komitmen, dan uniqueness dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budio, S. (2019). Strategi manajemen sekolah. *Jurnal Menata*, 2(2), Juli-Desember.
- Eka rimawati, 2023. Banyuwangi juara 1 Anugerah Bangsa Berwisata Kemenko Marves. Banyuwangi Juara 1 Anugerah Bangsa Berwisata Kemenko Marves (detik.com). diakses pada hari Minggu, tanggal 2 November 2023, pukul 13.30.
- Handoko dan Maryatmo (2022). "Strategi Bertahan Dan Bersaing Pada Usaha Mikro Dan Kecil Kedai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang Tahun 2020". *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan* Vol.5 No. 01, ISSN: 2622-612X (Media Online)
- Komaladewi, R., Mulyana, A., & Janika, D. (2017). Pemetaan Kuliner Lokal Dalam Menunjang Pariwisata Studi Di Bandung, Medan Dan Yogyakarta. *Вестник Росздравнадзора*.
- Lexy, J. (2010). *Moleong. Metodologi Penelitian Kualitatif*, 163.
- Ratnasari, Levyda, dan Giyatmi (2020). Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata Di Pulau Belitung. *Jurnal pariwisata pesona* Vol 5 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i2.4788>
- Rinaldi, C. (2017). Food and Gastronomy For Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability (Switzerland)*, 9(10), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su9101748>
- Sarudin Rendy (2023). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kampung Saungkuriang Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* Vol 6, ISSUE 1, p-ISSN: 2654-9719.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syarifuddin, D., M. Noor, C., & Rohendi, A. (2018). Memaknai kuliner lokal sebagai daya tarik wisata Kota Bandung. *Abdimas*, 1(1), 4–8 dst
- wirawan, sudjana, dkk (2022). Implementasi Strategi Bertahan dan Berkembang Wisata Kuliner di Era New Normal. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* Vol 5 No. 2. p-ISSN: 2654-9719.