



Kepariwisataan: *Jurnal Ilmiah*

Pengaruh Sosial Media Terhadap Brand Awareness Amaris Hotel
Sofiani

Climate Impact And Cultural Shifts In Natural Structures And Human Life: A River Areas Utilization As Community-Based Ecotourism
Isdarmanto, Christantius Dwiatmaja, Hari Sunarto, Antonius Suryo Abdi

Strategi Pengembangan Desa Wisata Tenun Ikat Troso Di Jepara, Jawa Tengah
Joko Triyono

Pemanfaatan Tepian Sungai Sebagai Bagian Dari Pengembangan Manajemen Hotel Puri Asri Magelang Yang Berbasis Ekowisata
Dwi Agus Kristianto, Joko Triyono

Si Budur: Indonesian Cultural Tourism For Digital Natives Generations
Muhammad Rauuf Oktavian Nur, Boris Ramadhika

Ayam Taliwang Sebagai Wisata Kuliner Unggulan Di Kota Mataram Lombok Nusa Tenggara Barat
Yanuar Sathio Insanaputra

Nasi Boranan Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Lamongan Jawa Timur
Dodik Prakoso Eko Hery Suwandojo



STiPRAM
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo
YOGYAKARTA - INDONESIA

Program Studi Pariwisata **STiPRAM**
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo

<i>Kepariwisataan:</i> <i>Jurnal Ilmiah</i>	Vol. 14	No. 2	Hal. 53 - 138	Mei	2020
--	---------	-------	---------------	-----	------

Diterbitkan oleh : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta
Jl. Ahmad Yani, Ring Road Timur No.52 Yogyakarta
Telp. (0274)-485650
Email : jurnalkepariwisataan@stipram.ac.id
Web : <http://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataan>



P-ISSN 1907-9389
E-ISSN 2716-2664



Kepariwisataan: *Jurnal Ilmiah*

Volume 14 Nomor 1 Januari 2020

Pelindung

Dr. Suhendroyono, S.H., M.M., M.Par., CHE

Penanggung Jawab

Dr. Dra. Damiasih, M.M., M.Par., CHE

Mitra Bestari

Prof. Dr. Tulus Warsito, M.Si (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Dr. Suryanto, S.E., M.Si (Universitas Sebelas Maret)

Dr. Yuvensius Sri Susilo, M.Si (Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Dr. Ir. Fitri Abdillah A., M.M (Universitas Podomoro)

Dr. RR. Erna Sadiarti Budiningtyas, S.Sos., M.Sc (Akademi Bahasa Asing St. Pignatelli)

Joko Sutopo, S.T., M.T (Universitas Teknologi Yogyakarta)

Redaksi

H. Moch. Nur Syamsu, S.Pt., M.Par., CHE | Amri Amirulloh, S.Kom., M.Par
Syawal Sudiro, S.E., M.M., M.Par., CHE | D. Rudi Susanto, S.E., M.M., M.Par., CHE
Amin Kiswantoro, M.Par., CHE

Sirkulasi Terbit

Terbit pertama Bulan Januari 2007
Setahun terbit tiga kali per empat bulan
(Bulan Januari, Mei dan September)

Diterbitkan oleh
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta
Jl. Ahmad Yani, Ringroad Timur No.52 Yogyakarta
Telp. 0274-485650
Email : jurnalkepariwisataan@stipram.ac.id
Web : <http://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataan>

Berkolaborasi dengan



HILDIKTIPARI

Kepariwisataan adalah jurnal ilmu pariwisata sebagai jurnal interdisipliner bidang kepariwisataan guna mewadahi berbagai perspektif kajian ilmiah yang berfokus pada kepariwisataan. Jurnal ini akan memberikan ruang diskusi paradigmatic dalam pengembangan ilmu pariwisata khususnya pada dialog lintas ilmu dalam memberikan kontribusi pada pengembangan kepariwisataan Nasional yang berkelanjutan (*sustainable tourism*). Pemikiran pemikiran kritis dialektis dalam ranah postmodern akan memberikan peluang dalam keindahan pariwisata, sangat terbuka untuk berdialog dalam jurnal ini. Kepariwisataan sebagai jurnal ilmu pariwisata diharapkan menjadi *public sphere* dalam mendesiminasikan karya ilmiah berbagai kajian aspek kepariwisataan terutama bidang Tourism, Hospitality, MICE, Tourism Destination, Communication Tourism, Management Tourism bahkan Digital Tourism. Kepariwisataan diharapkan akan memberi nilai tambah dalam pengembangan teoritis, kontribusi empiris, yang multi disiplin dengan mengkonstrusikan secara kritis dalam mozaik kasanah ilmu Pariwisata

Published by

STIPRAM
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo
www.stipram.ac.id



DAFTAR ISI

Pengaruh Sosial Media Terhadap Brand Awareness Amaris Hotel <i>Sofiani</i>	53 - 61
Climate Impact And Cultural Shifts In Natural Structures And Human Life: A River Areas Utilization As Community-Based Ecotourism <i>Isdarmanto, Christantius Dwiatmaja, Hari Sunarto, Antonius Suryo Abdi</i>	62 - 83
Strategi Pengembangan Desa Wisata Tenun Ikat Troso Di Jepara, Jawa Tengah <i>Joko Triyono</i>	84 - 92
Pemanfaatan Tepian Sungai Sebagai Bagian Dari Pengembangan Manajemen Hotel Puri Asri Magelang Yang Berbasis Ekowisata <i>Dwi Agus Kristianto, Joko Triyono</i>	93 - 150
Si Budur: Indonesian Cultural Tourism For Digital Natives Generations <i>Muhammad Rauuf Oktavian Nur, Boris Ramadhika</i>	106 - 111
Ayam Taliwang Sebagai Wisata Kuliner Unggulan Di Kota Mataram Lombok Nusa Tenggara Barat <i>Yanuar Satrhio Insanaputra</i>	112 - 122
Nasi Boranan Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Lamongan Jawa Timur <i>Dodik Prakoso Eko Hery Suwandojo</i>	123-138

<i>Kepariwisataan:</i> <i>Jurnal Ilmiah</i>	Vol. 14	No. 2	Hal. 53 - 138	Mei	2020
--	---------	-------	---------------	-----	------

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

JURNAL *Kepariwisataan*

ARTIKEL

Artikel / naskah berorientasi pada bidang kepariwisataan, Artikel / naskah yang dikirim belum pernah dipublikasikan di media lain atau tidak sedang dikirim ke penerbit lain. Artikel bisa berupa hasil penelitian atau hasil pendampingan / konseptual atau studi pustaka namun bersifat obyektif dan sistematis. Artikel bisa ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang standar dan baku (bisa dipahami).

Artikel diketik komputer pada kertas HVS ukuran A4, spasi ganda, ukuran font 12 dengan format satu kolom. Margin yang digunakan 4 cm untuk batas atas dan batas kiri, 3 cm untuk batas bawah dan kanan. Jumlah halaman 10 -15 halaman termasuk daftar pustaka, gambar, tabel dan gambar.

SISTEM PENULISAN

1. Artikel / Naskah hasil Penelitian :

a. Abstrak dan Kata Kunci.

Abstrak secara ringkas memuat masalah dan tujuan penelitian, metode dan hasil penelitian. Abstrak terdiri dari satu paragraf memuat 100 -200 kata, dibuat dalam bahasa Inggris.

Kata Kunci berisikan ide/gagasan/konsep dasar dari bidang yang diteliti terdiri 3 - 7 kata.

b. Metode Penelitian

Bagian ini memuat rancangan penelitian/desain penelitian, sasaran dan target penelitian (populasi dan sample), teknik pengumpulan data dan teknis, analisis.

c. Hasil Penelitian & Pembahasan

Memuat hasil analisis data, pengujian hipotesis, menjawab pertanyaan - pertanyaan, temuan-temuan dan menginterpretasikan temuan-temuan.

d. Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan penelitian dan saran-saran yang mengacu pada hasil penelitian.

e. Daftar Pustaka

Memuat sumber-sumber acuan penulisan artikel.

2. Artikel Konseptual, Pendampingan.

1. Abstrak dan Kata Kunci

Abstrak memuat ringkasan dari isi artikel / naskah yang sedang dibahas. Abstrak terdiri satu paragraf, ± 100 kata dan diikuti oleh kata kunci yang terdiri dari 3 -7 kata.

2. Bagian Pendahuluan

Bagian Pendahuluan tidak perlu diberi judul. Pada bagian ini memuat permasalahan yang dibahas dan tujuan pembahasan.

3. Bagian Inti

Bagian ini memuat kupasan permasalahan terdiri dari analisis, argumentasi atau komparasi dan pendirian penulis mengenai permasalahan yang dibahas.

4. Kesimpulan

Memuat penegasan sikap penulis atas permasalahan yang dibahas, juga memunculkan saran-saran.

5. Daftar Pustaka

Memuat sumber-sumber yang digunakan sebagai referensi penulisan artikel/naskah yang diangkat. Daftar Pustaka diurutkan berdasar nama pengarang sesuai urutan abjad tanpa gelar akademik dengan urutan ; nama pengarang, tahun terbit, judul, penerbit, kota penerbit.

Informasi lain :

1. Khusus halaman depan (cover) memuat judul artikel/naskah, nama penulis (tanpa gelar), abstrak dan alamat/e-mail.
2. Judul hendaknya ditulis dengan huruf kapital, times new roman, bold, font 14, rata tengah. Sub judul ditulis dengan huruf kapital, times new roman, bold, font 12, rata kiri.
3. Kata-kata dari bahasa asing, hendaknya dicetak miring.
4. Isi artikel bukan tanggung jawab redaksi. Redaksi berhak mengedit artikel tanpa merubah makna dan arti.
5. Sumber kutipan artikel ditulis diantara kurung buka dan tutup hendaknya ditulis nama akhir pengarang, tahun tanpa koma, dan nomor halaman.
6. Sistematika penulisan secara garis besar meliputi abstrak, pendahuluan (latar belakang, permasalahan) tujuan, ruang lingkup dan metodologi, isi (tinjauan pustaka, data dan pembahasan), penutup (kesimpulan dan saran) dan daftar pustaka.
7. Penulis yang dimuat artikelnya mendapat imbalan 3 (tiga) eksemplar jurnal.
8. Artikel yang tidak dimuat tidak bisa ditarik kembali.
9. Batas akhir penyerahan artikel / naskah sebulan sebelum jurnal terbit (Januari, Mei, September).
10. Keterangan lengkap bisa menghubungi Redaksi jurnal *Kepariwisataan* di kampus STIPRAM, Jl. Laksda Adisucipto km. 5 Yogyakarta. Telp. 0274-485650, Fax : 0274-485214. e-mail : stipram@yahoo.com, stipram@gmail.com

AYAM TALIWANG SEBAGAI WISATA KULINER UNGGULAN DI KOTA MATARAM LOMBOK NUSA TENGGARA BARAT

Yanuar Sathrio Insanaputra

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia

Email: insanaputra@yahoo.com

ABSTRACT

Taliwang chicken is food originating from Taliwang, West Sumbawa, West Nusa Tenggara, whose main ingredient is young free-range chicken. Young kampung chickens are grilled with typical Taliwang spices and are usually served with lombok specialties, such as peleceng. The obstacle that appears in making Taliwang chicken as a superior culinary in the city of Mataram is the lack of appreciation of the government in making regulations for the Taliwang chicken culinary. An example is the patenting of culinary names that have been handled by managers for a long time, but are still in process. Data collection methods used in this study were interviews, observation, documentation, and questionnaires. The data was analyzed in the form of SWOT Analysis.

Keywords: *Excelent Culinary, Taliwang Chicken, Mataram City*

PENDAHULUAN

Pariwisata Pariwisata secara etimologis berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata, yaitu “pari” dan “wisata”. Pari memiliki arti sebagai berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata memiliki arti sebagai perjalanan atau bepergian. Undang-undang Nomor 10 tahun 2009, menyebutkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata seperti sektor perdagangan, hotel, restoran dan kunjungan wisatawan (Salindri, R. N. A. dan Y. A, 2018).

Menurut beberapa ahli berpendapat bahwa arti pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli bahasa dan pariwisata Indonesia. Kata Pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan

wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan berkali-kali atau berkeliling. Pariwisata adalah padanan bahasa Indonesia untuk istilah tourism dalam bahasa Inggris (Muljadi, 2009).

Tidak bisa dipungkiri bahwa banyak sekali objek wisata dan daya tarik wisata yang dimiliki Indonesia dan kepariwisataan. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata kuliner, dan bahkan yang terbaru wisata religi. Potensi wisata yang menarik untuk dikembangkan adalah wisata kuliner. Wisata jenis ini memiliki potensi dan dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Wisata kuliner sangat berbeda dengan wisata umumnya, karena wisata ini lebih mengunggulkan makanan, kepuasan rasa dan kekhasan

suatu makanan atau sajian. Terlepas dari keindahan alam ataupun pernak-pernik lainnya.

Wisata kuliner (Culinary Tourism) dapat diartikan sebagai suatu pencarian akan pengalaman kuliner yang unik dan selalu terkenang dengan beragam jenis, yang sering dinikmati dalam setiap perjalanan, akan tetapi bias juga kita menjadi wisatawan kuliner di rumah sendiri. (Culinary Tourism is defined as the pursuit of unique and memorable culinary experience of all kinds, often while travelling, but one can also be a culinary tourist at home) Wisata kuliner tidak termasuk ke dalam wisata pertanian. Meskipun di dalamnya masakan terdapat unsur pertanian. Pertanian dan masakan merupakan satu hubungan yang tak mungkin dapat dipisahkan, namun tetap merupakan dua kata yang sangat berbeda. Wisata kuliner (culinary tourism), meliputi berbagai pengalaman akan beragam kuliner. Wisata kuliner melebihi dari tuntutan makan malam dan restoran akhir pekan. Akan tetapi wisata kuliner meliputi beberapa unsur yaitu: kursus memasak, buku panduan memasak dan toko-toko penjual perkakas dapur, tur kuliner (culinary tours) dan pemandu wisata, media kuliner dan buku panduan, pemborong makanan untuk pesat/catering, penyalur anggur (wineries), pengusaha dan penanam tumbuhan pangan, serta atraksi kuliner (Drs. Oentoeng Soebyanto, M. et al, 2018).

Ayam taliwang merupakan makanan khas Taliwang, Sumbawa Barat, Nusa Tenggara Barat yang bahan utamanya adalah ayam kampung muda. Ayam kampung muda yang di bakar

dengan bumbu khas taliwang dan biasanya disajikan bersama makanan khas lombok, seperti peleceng. Ayam taliwang dibuat masih dengan cara sederhana dengan bumbu rempah-rempah khas Lombok yang memiliki cita rasa pedas dan gurih. Bahan yang diperlukan dalam pembuatan ayam taliwang adalah 1 ekor ayam kampung muda, minyak goreng, jeruk limau, dan adapun bumbu-bumbu yang diperlukan untuk membuat bumbu ayam taliwang adalah sebagai berikut cabai merah keriting, cabai rawit, kencur, bawang merah, bawang putih, tomat, terasi, dan gula merah. Untuk menjadi destinasi wisata kuliner unggulan di Kota Mataram, ayam Taliwang juga memiliki daya tarik dengan cita rasa bumbunya yang pedas serta penggunaan ayam kampung muda sebagai bahan utamanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Ayam taliwang dibuat masih dengan cara sederhana dengan bumbu rempah-rempah khas Lombok yang memiliki cita rasa pedas dan gurih. Bahan yang diperlukan dalam pembuatan ayam taliwang adalah 1 ekor ayam kampung muda, minyak goreng, jeruk limau, dan adapun bumbu-bumbu yang diperlukan untuk membuat bumbu ayam taliwang adalah sebagai berikut cabai merah keriting, cabai rawit, kencur, bawang merah, bawang putih, tomat, terasi, dan gula merah. Langkah-langkah pembuatannya adalah sebagai berikut:

1. Belah ayam di bagian dada hingga leher sampai putus. Balikkan ayam, kemudian tekan bagian punggungnya hingga ayam terbuka, kaki dan sayap

- mengarah ke luar. Bakar ayam hingga kecoklatan dan setengah matang.
2. Haluskan bumbu dengan cobek atau blender. Kemudian tumis hingga bumbu matang dan wangi sambil di aduk agar bumbu tidak gosong.
 3. Setelah bumbu matang, angkat dan beri perasan jeruk limau sambil ditambahkan garam dan gula.
 4. Lumuri ayam yang sudah dibakar setengah matang dengan bumbu, kemudian bakar di atas bakaran arang sambil di olesi bumbu dan di bolak balik.
 5. Setelah bumbu meresap ke ayam, dan ayam sudah matang dengan bakaran yang pas, angkat dan kemudian hidangkan dengan peleceng dan beberuk khas Lombok.

METODE

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2014:1).

Data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang di cari. Data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data

dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia (Azwar, 2015: 91).

Teknik pengumpulan data yang digunakan Observasi, interview, dan dokumentasi. Observasi sebagai tehnik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan tehnik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Tehnik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self report, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2016:137). Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumentasi yang berbentuk gambar, misalkan foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain (Sugiyono, 2014: 82).

Dengan menggunakan tehnik analisis data SWOT, Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara

sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti, 2009: 19).

Penelitian menunjukkan bahwa Ayam Taliwang dapat menjadi wisata kuliner unggulan di Kota Mataram Lombok dan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor Internal dan External. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam Analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan External Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor External Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) dengan faktor Internal Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses) Rangkuti (2009:20).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Lingkungan

1. Pengaruh Faktor Internal

a. Akses

Untuk mengakses wisata kuliner ayam taliwang sangatlah mudah, karena jalanan di kota Mataram sudah sangat bagus dan lebar. Selain itu juga sudah sangat aman untuk para pejalan kaki, Hanya dengan menuruni ruas-ruas jalan yang nantinya akan mudah menemui rumah makan dan warung yang menjual ayam taliwang.

b. Fasilitas

Fasilitas yang tersedia di masing-masing rumah makan dan warung sudah sangat memadai. Mulai dari bahan-bahan dan alat yang digunakan untuk menyediakan masakan. Bahan yang diperlukan dalam pembuatan ayam taliwang adalah 1 ekor ayam kampung muda, minyak goreng, jeruk limau, dan adapun bumbu-bumbu yang diperlukan untuk membuat bumbu ayam taliwang adalah sebagai berikut cabai merah keriting, cabai rawit, kencur, bawang merah, bawang putih, tomat, terasi, dan gula merah. Sedangkan alat-alat yang digunakan antara lain kompor, panci besar, wajan besar, Loyang besar, pemanggangan arang untuk ayam, piring, mangkok, sendok, dll.

c. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia dalam pengelolaan dan pengolahan ayam taliwang adalah penduduk asli dari krg. Taliwang Cakranegara. Yang memasak di warung berbeda dengan yang memasak bumbu, hal ini dikarenakan kebanyakan pengelola tidak ingin ada orang lain

yang tahu bahan-bahan yang diperlukan dalam membuat bumbu.

d. Hubungan Antar SDM

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa hubungan antar sumber daya manusia dalam usaha kuliner ayam taliwang sangat baik. Masyarakat setempat ikut bekerja dengan pengelola mulai dari membantu membersihkan ayam, menusuk dan membakar ayam hingga dalam membantu operasional warung saat jam buka.

e. Pendanaan

Dalam pendanaan tidak ada dana yang berasal dari pemerintah. Para pengelola sebagian besar menggunakan dana pribadi dalam membuka usaha. Hal ini dikarenakan kebanyakan pengelola

merintis usaha dari kecil karena tidak ingin meminjam kepada instansi pemerintah dan lainnya.

f. Potensi

Potensi pada dasarnya adalah suatu bentuk sumber daya atau kemampuan yang cukup besar namun kemampuan tersebut belum dilakukan secara optimal. Ayam taliwang memiliki kekuatan dalam dukungan dari sumber daya manusia lokal, memiliki peluang untuk mengangkat ciri khas kota Mataram dalam bidang kuliner. Peminat kuliner pada saat sekarang ini pun sudah mulai terlihat signifikan berkat banyaknya rumah makan hingga warung-warung yang menjual ayam taliwang sebagai menu unggulan.

Tabel 1
Pengaruh Faktor Internal

Faktor Internal	Strenghts	Weakness
Ayam Taliwang sangat mudah di temui di Kota Mataram.	√	
Bahan dan peralatan yang digunakan untuk mengolah ayam taliwang sangat mudah untuk di dapat.	√	
Potensi yang dimiliki oleh Ayam Taliwang.	√	
Sumber Daya Manusia yang ada dalam pengelahan Ayam Taliwang.	√	
Hubungan antar sumber daya manusia.	√	
Pendanaan dalam pengelolaan Ayam Taliwang.		√

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2020)

2. Pengaruh Faktor Eksternal

a. Regulasi

Ayam taliwang sudah terdaftar dalam Pemerintah Daerah Kota Mataram sebagai menu khas kampung wisata kuliner Krg. Taliwang. Selain itu juga para pengelola sedang berupaya mematenkan nama ayam taliwang sebagai kuliner khas kampung Krg. Taliwang, sampai sekarang masih dalam proses dan sudah di data beberapa kali oleh kementerian. Ayam taliwang juga pernah meraih juara pertama penghargaan Anugerah Pesona Indonesia (API) 2016 untuk kategori Hidangan Tradisional Terpopuler (*Most Popular Traditional Dishes*).

b. Pesaing

Untuk pesaing ayam taliwang saat ini masih belum ada. Namun untuk penikmat nya sendiri sangat banyak, baik dari Lombok maupun luar Lombok.

c. Target Pasar

Target pembeli dari pengelola sendiri adalah para wisatawan yang datang ke Lombok. Pengelola juga sudah menerangkan bahwa target pasar saat ini sudah

terlampau, dalam artian sudah banyak wisatawan dari luar maupun dalam Lombok yang menikmati ayam taliwang.

d. Promosi

Para pengelola tidak melakukan promosi dengan gencar, karena wisatawan yang datang ke Lombok sudah tahu tentang ayam taliwang sehingga saat tiba di Lombok para wisatawan datang dengan sendiri untuk menikmati ayam taliwang. Selain itu, banyaknya warung dan rumah makan di sepanjang jalan kota mataram membuat wisatawan ingin mencobanya. Sehingga untuk saat ini beberapa pengelola juga melakukan penjualan melalui media online yang bisa dijadikan sebagai promosi juga.

e. Teknologi

Dalam menyediakan ayam taliwang, pengelola masih menggunakan beberapa fasilitas lama seperti panggangan arang, panci besar, wajan besar, nampah, serta beberapa teknologi baru seperti kompor gas, kipas angin, blender dan lainnya.

Tabel 2
Pengaruh Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Regulasi wisata kuliner Ayam Taliwang.		√

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Pesaing yang serupa dengan wisata kuliner Ayam Taliwang.	√	
Target pasar wisata kuliner Ayam Taliwang.	√	
Promosi yang dilakukan oleh pengelola Ayam Taliwang maupun wisatawan.	√	
Teknologi yang digunakan dalam pengolahan Ayam Taliwang.	√	

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2020)

Analisis SWOT

Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang sudah dikaji dan dirumuskan ke dalam Matrix SWOT, maka dapat disusun sebuah strategi pengembangan dengan rumusan interaksi Kekuatan (S) – Peluang (O), Kelemahan (W) – Peluang (O), Kekuatan (S) – Ancaman (T), dan Kelemahan (W) – Ancaman (T) sebagai berikut:

1. Strategi Kekuatan – Peluang (S – O)
Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang, sebagai berikut:
 - a. Tidak melakukan variasi rasa pada ayam taliwang dengan mempertahankan citarasa bumbu yang ada pada ayam taliwang agar tetap menjadi daya tarik bagi wisatawan.
 - b. Tetap mempertahankan penggunaan bakaran arang dalam membakar ayam taliwang untuk menarik wisatawan dan terus meningkatkan kebersihan area warung dan rumah makan serta meningkatkan kualitas hygienes dalam pengolahan.
2. Strategi Kelemahan – Peluang (W – O)

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan peluang yang ada agar dapat meminimalkan kelemahan yang dimiliki yaitu sebagai berikut:

- a. Mempertahankan dan meningkatkan kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam pengembangan ayam taliwang menjadi kuliner unggulan di Kota Mataram.
 - b. Tetap mengikuti event pariwisata yang ada seperti bulan budaya, pesona Indonesia dan lainnya yang secara langsung memperkenalkan dan mengikutsertakan target pasar dalam promosi.
3. Strategi Kekuatan – Ancaman (S – T)
Strategi ini dibuat dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman dengan cara mengurus kembali pematenan nama ayam taliwang sebagai kuliner khas kampong kr. Taliwang yang sampai saat ini masih dalam proses dengan tujuan agar kuliner ayam taliwang memiliki regulasi yang jelas dan tidak perlu takut dalam bersaing di kuliner nasional maupun mancanegara.

4. Strategi Kelemahan – Ancaman (W – T)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan dan ancaman dengan cara; Terus menjalin

kerjasama dengan pemerintah agar mudah dalam promosi yang nantinya akan memberikan kemudahan dalam pengembangan ayam taliwang.

Tabel 3
Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	Ayam Taliwang sangat mudah ditemui di kota mataram karena kondisi jalan yang bagus dan mudah dijangkau.	Pendanaan dalam pengelolaan ayam taliwang dari modal pribadi.
	Bahan dan peralatan yang digunakan untuk mengolah ayam taliwang sangat mudah untuk di dapat.	
	Potensi yang dimiliki oleh ayam taliwang.	
	Sumber Daya Manusia yang ada dalam pengolahan ayam taliwang saling membantu.	
	Hubungan antar SDM sudah baik yakni antar pengelola dan masyarakat sekitar.	
Peluang (O)	Strategi S - O	Srategi W - O
Target pembeli dari pengelola sendiri adalah semua kalangan usia para wisatawan yang datang ke Lombok.	Tidak melakukan variasi rasa pada ayam taliwang dengan mempertahankan cita rasa bumbu yang ada pada ayam taliwang agar tetap menjadi daya tarik wisatawan.	Mempertahankan dan meningkatkan kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam pengembangan ayam taliwang menjadi kuliner unggulan di Kota Mataram.
Beberapa pengelola melakukan penjualan online yang bisa dijadikan sebagai media promosi.	Tetap mempertahankan penggunaan bahan bakar dari arang dalam proses produksi ayam taliwang untuk menarik wisatawan dan terus meningkatkan kualitas serta kebersihan dalam proses produksi.	Tetap mengikuti event pariwisata yang ada, seperti bulan budaya, pesona Indonesia dan lainnya yang secara langsung memperkenalkan dan mengikutsertakan target pasar dalam promosi.

Ancaman (T)	Strategi S - T	Strategi W - T
Sudah terdaftar dalam Pemda Kota Mataram sebagai menu khas kampung wisata kuliner kr. Taliwang. Akan tetapi belum adanya regulasi pasti yang mengatur tentang kuliner ayam taliwang sebagai menu khas kampung wisata kr. Taliwang.	Mengurus kembali pematenan nama ayam taliwang sebagai kuliner khas kampung kr Taliwang yang sampai saat ini masih dalam proses dengan tujuan agar kuliner ayam taliwang memiliki regulasi yang jelas dan tidak perlu takut dalam bersaing di kuliner nasional maupun mancanegara.	Terus menjalin kerjasama dengan pemerintah agar mudah dalam promosi yang nantinya akan memberikan kemudahan dalam pengembangan ayam taliwang.

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2020)

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi serta wawancara penulis, ayam taliwang sangat berpotensi menjadi wisata kuliner unggulan dengan kata lain sudah dapat dikatakan menjadi wisata kuliner unggulan di Kota Mataram. Hal ini dikarenakan penjual ayam taliwang sangat mudah ditemukan di sepanjang jalan Kota Mataram. Selain itu juga para pengelola ayam taliwang tidak perlu lagi melakukan promosi secara gencar. Hal ini dikarenakan para wisatawan baik wisatawan local maupun asing sudah mengetahui bahwa ayam taliwang merupakan salah satu makanan khas Lombok, sehingga saat berkunjung ke Kota Mataram para wisatawan sudah menikmati ayam taliwang tanpa banyak bertanya kepada para pelaku wisata. Selain itu juga sudah ada beberapa pengelola yang melakukan penjualan melalui aplikasi online yang bisa dijadikan media promosi juga.

Potensi yang dimiliki ayam taliwang sehingga menjadi wisata kuliner

unggulan adalah bumbunya yang sangat khas dan berbeda dari olahan ayam pada umumnya. Bumbu khas ini yang bisa dikatakan sebagai daya tarik utamanya. Bumbu ayam taliwang bercitarasa khas dan pedas bagi para wisatawan yang mungkin tidak menyukai makanan pedas. Akan tetapi akan menjadi sangat enak dengan rasa pedasnya bagi para wisatawan yang menyukai makanan pedas. Selain itu juga, ayam taliwang menjadi wisata kuliner unggulan di kota Mataram dikarenakan penjual ayam taliwang memang sangat banyak di kota Mataram sehingga bisa dikatakan sulit untuk ditemui di wilayah lain Lombok.

Jika ayam taliwang sudah menjadi wisata kuliner unggulan di Kota Mataram, maka diperlukan perundang-undangan yang mengatur tentang ayam taliwang. Hal ini dikarenakan jika ayam taliwang belum memiliki perijinan atau perundang-undangan yang mengatur tentang kuliner ayam taliwang, kemungkinan besar dikemudian hari akan terjadi plagiat. Plagiat ini bisa diartikan

dalam hal makanan maupun perijinan, sehingga para pengelola ayam taliwang yang memang berasal dari kampung wisata kuliner Kr. Taliwang akan merasa sangat dirugikan sehingga akan terjadi perselisihan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Ayam taliwang sudah dapat dikatakan menjadi wisata kuliner unggulan di Kota Mataram. Hal ini dikarenakan penjual ayam taliwang sangat mudah ditemukan di sepanjang jalan Kota Mataram. Selain itu juga para pengelola ayam taliwang tidak perlu lagi melakukan promosi secara gencar. Hal ini dikarenakan para wisatawan baik wisatawan local maupun asing sudah mengetahui bahwa ayam taliwang merupakan salah satu makanan khas Lombok, sehingga saat berkunjung ke Kota Mataram para wisatawan sudah menikmati ayam taliwang tanpa banyak bertanya kepada para pelaku wisata. Selain itu juga sudah ada beberapa pengelola yang melakukan penjualan melalui aplikasi online yang bisa dijadikan media promosi juga.

Ayam taliwang sudah terdaftar dalam Pemda Kota Mataram sebagai menu khas kampung wisata kuliner kr. Taliwang dan sedang dalam proses mematenkan kuliner ayam taliwang. Para pengelola ayam taliwang juga tergabung dalam Asosiasi Pedagang Ayam Bakar Taliwang dan ayam taliwang pernah meraih Juara Pertama Penghargaan Anugerah Pesona Indonesia (API) 2016 untuk kategori Hidangan Tradisional Terpopuler (Most Popular Tradisional Dishes). Dengan penghargaan yang pernah di raih maka kuliner ayam

taliwang berpotensi untuk bersaing di dunia kuliner mancanegara.

Segera menindaklanjuti pematenan nama ayam taliwang sebagai wisata kuliner khas kampung Kr. Taliwang yang sampai saat ini masih dalam proses.

Segera membuat regulasi yang mengatur tentang kuliner ayam taliwang yang sudah terdaftar di Pemda Kota Mataram demi menghindari hal-hal yang tidak diinginkan untuk perkembangan kuliner kedepannya.

Pengelola tetap mempertahankan citarasa bumbu ayam taliwang yang sudah ada tanpa melakukan inovasi, karena perbedaan ayam taliwang dengan olahan ayam lainnya terletak pada bumbunya.

Masyarakat lebih menguatkan kerjasama dengan pemerintah daerah setempat untuk mempromosikan ayam taliwang sebagai kuliner unggulan di Kota Mataram dengan cara tetap mengikutsertakan ayam taliwang pada event-event kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Rosalina Nur, and Yerika Ayu Salindri. "Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Kemandirian Fisikal Daerah Kabupaten Pacitan (Pasca Penetapan Kawasan Geopark Gunung Sewu)". *Jurnal Kepariwisataan* 12.2 (2016): 35-44
- Azwar, Saifuddin (2015), *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR Rangkuti, Freddy (2009), *Analisis SWOT; Teknik Membedah Kasus Bisnis*: Jakarta. PT. Mandiri Abdi.
- Djamil, Diana Farah, and Fauzie Rahmat Sidik. "Aplikasi Gurilapss di

Android Sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Sukabumi”. *Jurnal Kepariwisata* 9.3 (2015): 55-78

Kereta Api Menuju Wisata Unggulan di Kota Madiun Jawa Timur”. *Jurnal Kepariwisata* 1.1 (2013): 73-84
<http://ejournal.stipram.net.volume7>
nomor1Januari2013

Oentoeng Soebyanto, Baiq Angggita Sekarwati, Dwi Rudi Susanto. “Lezatnya Sayur Ares Berbahan Dasar Batang Pisang sebagai Makanan Khas Suku Sasakdi Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat”. *Jurnal Kepariwisata* 12.1 (2018): 1-14

Sari, Kartika. “Pengembangan Desa Wisata Kembangarum Donokerto, Turi, Sleman, Yogyakarta”. *Jurnal Kepariwisata* 1.1 (2012): 33-65

Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.

Suprpto, Dwi. “Usaha Peningkatan Kunjungan Wisatawan Minat Khusus Industri