

PERAN PASAR WIT-WITAN SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER  
DALAM PENGEMBANGAN DESA ALASMALANG, BANYUWANGIDita Ayu Lestari<sup>1\*</sup>, Ni Wayan Mekarini<sup>2</sup><sup>1</sup>Akademi Kuliner dan Patiseri Ottimmo Internasional Surabaya<sup>2</sup>Universitas Triatma Mulya Balie-mail: [ditaayulestari@ottimmo.ac.id](mailto:ditaayulestari@ottimmo.ac.id), [wayan.mekarini@triatmamulya.ac.id](mailto:wayan.mekarini@triatmamulya.ac.id)

Received: 24/04/2024; Revised: 05/05/2024; Accepted: 07/05/2024

**Abstrak**

*Banyuwangi berhasil menjadi magnet wisata baru di Indonesia. Dengan kekayaan wisata alam dan budayanya, Banyuwangi terus berbenah dengan mengembangkan banyak jenis wisata alternatif, salah satunya wisata kuliner, dimana kuliner lokal dikembangkan dengan wadah pasar tradisional yang dikemas dengan sisipan budaya seperti dilaksanakan Desa Alasmalang yang mengembangkan pasar kuliner Pasar Wit-Witan sebagai atraksi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap peran dari Pasar Wit-Witan sebagai destinasi wisata kuliner dalam pengembangan Desa Alasmalang. Penelitian menggunakan metode penelitian mix method dengan sumber data yang dijangkau melalui observasi, studi dokumentasi, wawancara dan kuisioner dengan pengolahan menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembukaan Pasar Wit-Witan memberikan dampak positif kepada masyarakat Desa Alasmalang yakni berhasil menggerakkan roda pariwisata dan meningkatkan eksistensi Desa Alasmalang. Wisatawan memberikan persepsi yang cukup baik terhadap indikator keberagaman kuliner, makanan khas, harga dan proporsi nilai terhadap kuliner yang ada di Pasar Wit-Witan. Pasar Wit-Witan berhasil menjadi magnet pariwisata baru bagi Desa Alasmalang karena tawaran kuliner menjadi alasan utama kedatangan wisatawan. Selain itu Pasar Wit-Witan mampu memberikan peran dan kontribusi yang nyata bagi keberlangsungan pariwisata Desa Alasmalang sekaligus meningkatkan eksistensi Desa Alasmalang sebagai destinasi wisata di Banyuwangi.*

**Kata Kunci** : Pengembangan pariwisata, Wisata Kuliner, pasar Wit-Witan, pemberdayaan masyarakat

**Pendahuluan**

Dewasa ini Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur telah berkembang menjadi destinasi wisata yang patut dipertimbangkan, karena menawarkan beragam wisata alam yang menarik seperti pantai dan gunung, dan wisata alternatif yang menjadi magnet baru dalam berwisata ke Banyuwangi. Salah satu alternatif wisata yang berkembang di Banyuwangi adalah wisata kuliner. Wisata kuliner saat ini menjadi sebuah fenomena baru dalam kegiatan pariwisata, dimana daya tarik wisata kuliner berpotensi untuk menarik kunjungan. Fenomena ini merupakan dampak himbauan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno yang mengatakan bahwa wisata kuliner menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan ketika mengunjungi destinasi kota-kota besar di Indonesia. Menparekraf menjelaskan hampir 48 persen preferensi wisatawan berkunjung ke kota-kota besar

di Indonesia sebagai tujuan wisata adalah karena daya tarik wisata kuliner. Oleh karena itu, ia mendorong agar pelaku ekonomi kreatif khususnya generasi muda dapat menjadikan kuliner sebagai salah satu sektor unggulan. Melalui inovasi, kolaborasi, dan adaptasi, para pelaku kreatif dapat menghadirkan ragam kuliner yang menarik bagi wisatawan. (kemenparekraf.go.id). Di dalam negeri, kuliner mampu memberikan nilai autentisitas, lokalitas, dan pengalaman menyenangkan pada daerah yang dikunjungi. Nilai tersebut muncul karena kuliner Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor alam, sejarah dan budaya (Wijaya 2019). Kuliner merupakan komoditas yang menarik untuk dikembangkan dan sangat erat kaitannya dengan upaya peningkatan kualitas pariwisata, juga budaya. Diyakini bahwa aspek kuliner umumnya mengandung unsur budaya yang melatari dan menarik untuk dinikmati oleh wisatawan

Sebagian besar wisatawan memiliki tujuan berpergian bukan hanya untuk menikmati alam dan budayanya, namun juga menikmati kuliner khas dari destinasi yang dikunjungi. Kuliner tradisional tampaknya beririsan dengan tiga komponen yaitu budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif sehingga memiliki peran penting dalam memajukan kebudayaan. Dalam hal ini, peran tersebut dapat dilihat dari sejauh mana keterlibatannya dalam situasi dan aktivitas sosial hingga mampu memberikan pengaruh tertentu pada lingkungan sosial. Kuliner tradisional bukan hanya didefinisikan sebagai pilihan makanan saja, namun diiringi dengan keragaman ide dan nilai yang diturunkan antar generasi dalam suatu populasi atau kelompok sosial (Hartog 1986).

Salah satu destinasi wisata di Banyuwangi yang menawarkan ragam kuliner lokal yang diwadahi oleh Pasar Kuliner adalah Desa Alasmalang, Pasar kuliner yang dikenal dengan Pasar Wit-Witan menjadi magnet baru dalam menarik pengunjung, baik itu warga lokal Banyuwangi, maupun wisatawan Nusantara. Keberadaan Pasar kuliner di Desa Alasmalang tersebut tidak hanya memperkuat perekonomian masyarakat, tetapi juga ikut mempreservasi budaya lokal dan mengenalkannya kepada wisatawan. Di samping itu, Everett dan Aitchison (dalam Putra, 2014:89) yang menekankan pentingnya peranan wisata kuliner dalam memperkuat identitas sebuah destinasi dalam mempertahankan warisan budaya, dalam melawan ketakutan terhadap proses penyeragaman kuliner global dan memfasilitasi regenerasi struktur sosio-kultural sebuah daerah. Desa Alasmalang sendiri sebelumnya hanya memiliki Budaya kebo-keboan sebagai atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan, namun budaya kebo keboan tidak bisa secara relevan menjadi roda penggerak pariwisata Desa Alasmalang karena pertunjukan budaya Kebo-Keboan hanya dilakukan satu tahun sekali. Oleh karena itu perlu diciptakan satu atraksi baru sebagai penggerak roda pariwisata Desa Alasmalang agar bisa tetap terus berputar dan bisa memberikan dampak yang positif bagi masyarakat Desa Alasmalang, Maka dari itu didirikan Pasar kuliner yang bertujuan sebagai magnet baru Desa Alasmalang yang dikenal dengan Pasar Wit-Witan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai peran Pasar Wit-Witan dalam pengembangan pariwisata di Desa Alasmalang yang tidak hanya sebagai penggerak pariwisata namun juga sebagai wadah pemberdayaan masyarakat Desa Alasmalang. Oleh karena itu, Peran Pasar Wit-Witan menjadi hal yang krusial untuk dikaji sehingga diharapkan terjadinya keselarasan antara tujuan pengembangan Desa Alasmalang dengan program

pemberdayaan masyarakat Desa Alasmalang melalui kegiatan pariwisata Pasar Wit-Witan sehingga siap menjadi pariwisata yang berkelanjutan.

### **Landasan Teori**

Kuliner merupakan bagian dari atraksi wisata yang tidak bisa dipisahkan ketika wisatawan berkunjung ke suatu tempat dimana kuliner merupakan salah satu cara dalam memperkenalkan keunikan suatu daerah wisata (Ottenbacher & Harrington, 2013). Selain itu kuliner dapat menciptakan suasana yang unik yang membuat wisatawan yang pernah berkunjung ke daerah tersebut memiliki pengalaman yang tidak akan terlupakan terlepas dari budaya lokal, lokasi dan makanan yang ada di daerah tersebut (Hjalger & Richards, 2002). Wisata yang berbasis kuliner saat ini memainkan peran penting dalam memperkenalkan pengalaman, rasa dan tradisi yang berbeda kepada wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata tentunya ingin menikmati perjalanan wisatanya, sehingga pelayanan dalam bidang jasa makanan dan minuman harus mendukung hal tersebut, bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata yang memiliki makanan khas, minat wisatawan yang datang bukan lagi untuk menikmati atraksi wisata namun juga untuk bisa menikmati kuliner setempat. Wisatawan mempunyai perspektif yang berbeda, dimana kuliner yang dianggap sebagai produk sampingan dari sebuah pengalaman berhasil berkembang menjadi suatu produk wisata unggulan bagi suatu daerah yang lebih dikenal dengan wisata kuliner.

Wisata kuliner dapat didefinisikan sebagai wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan (Suryadana, 2009). Daya tarik wisata kuliner menurut Suryadana (2009) meliputi keragaman kuliner, makanan khas, lokasi yang nyaman dan bersih, pelayanan yang baik, harga dan proporsi nilai dan lingkungan yang menarik. Faktor ketika menyajikan kuliner haruslah mempertimbangkan pelayanan makanan yang *excellence*, pelayanan baik, lokasi, dekorasi dan aspek yang tidak kelihatan seperti karakter dan suasana dari tempat tersebut juga merupakan faktor penting dalam menambah pengalaman kuliner. Identitas kuliner yang penuh kenangan dan unik adalah aset yang sangat diperlukan untuk membuat pengembangan destinasi wisata kuliner yang sukses (Fox, 2007). Pengembangan destinasi yang unggul juga dimana suatu tempat yang dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A yakni *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility*, dan *Ancillary* (Sugiama, 2014).

Kharina Nur Salsabila *et al* (2022) menyampaikan bahwa munculnya banyak atraksi pasar kuliner saat ini berhasil menjadi atraksi wisata yang berhasil meningkatkan roda pariwisata dan eksistensi dari suatu daerah, sehingga juga banyak daerah-daerah lain yang terinspirasi untuk bisa mengembangkan atraksi wisata yang berbasis kuliner lokal daerah tersebut sehingga saat ini wisata kuliner memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata suatu daerah. Selain itu Rifdah Nurjina Shabrina dan Elia Nur Fadillah (2023) menyampaikan bahwa pelestarian budaya di era modern dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan membuat pasar-pasar kuliner tradisional yang tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan pariwisata namun juga mengembangkan kesejahteraan masyarakatnya. I Ketut Suardana *et al* (2022) juga menyampaikan bahwa perlu juga untuk bisa mengembangkan destinasi wisata kuliner dengan

pengelolaan yang tepat untuk bisa mendukung pariwisata berkelanjutan dan mampu memberikan dampak positif bagi suatu daerah yang mengembangkannya. Dengan banyaknya fenomena berkembangnya destinasi wisata kuliner sebagai upaya dalam memajukan pariwisata suatu daerah maka penting untuk bisa melihat sejauh mana peran dari destinasi wisata kuliner agar kegiatan pariwisata tersebut menjadi wisata yang *sustainable*.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *mix method* yang mengkaji peran Pasar Wit-Witan sebagai destinasi wisata kuliner dalam pengembangan Desa Alasmalang. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, yakni Oktober-Desember 2023 di Pasar Wit-Witan Desa Alasmalang, Banyuwangi. Pasar Wit-Witan dipilih karena Pasar Wit-Witan menjadi destinasi wisata kuliner yang saat ini sedang berkembang dan merupakan destinasi yang bisa bertahan dalam waktu yang cukup lama, selain itu mengingat Desa Alasmalang yang sebelumnya hanya menawarkan wisata budaya yaitu adat Kebo-keboan saat ini mampu bangkit menjadi destinasi wisata kuliner yang mampu menjadi magnet baru bagi wisatawan. Data Kualitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi secara langsung mengenai potensi kuliner di Pasar Wit-Witan dan wawancara dengan Pengelola Pasar Wit-Witan dan Pokdawis Desa Alasmalang terkait peran Pasar Wit-Witan dalam pengembangan Desa Alasmalang. Data Kuantitatif dalam penelitian ini adalah sajian hasil dari skala likert di pembahasan persepsi wisatawan yang didapat dari kuisisioner mengenai kuliner yang ada di Pasar Wit-Witan. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer digali dari observasi, wawancara, dokumentasi serta kuisisioner sebanyak 100 kuisisioner yang didapat dari narasumber dan wisatawan. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang relevan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan untuk lebih memperjelas data yang sudah didapat yaitu dengan langkah-langkah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan skala Likert.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **a) Potensi Pariwisata Desa Alasmalang**

Sebelum Desa Alasmalang menjadi sebuah magnet wisata budaya, Desa Alasmalang hanyalah sebuah pemukiman masyarakat biasa yang tabu dengan kegiatan pariwisata, namun dengan keunikan adat dan budaya yang dimiliki mampu menarik kunjungan wisatawan untuk berkunjung menikmati Desa Alasmalang. Berdasarkan data yang diperoleh mengenai potensi pariwisata di Desa Alasmalang, daya tarik wisata yang dimiliki Desa Alasmalang adalah budaya yaitu Tradisi Kebo-Keboan. Tradisi ini dilakukan setiap tahun pada bulan Suro (dalam kalender Jawa) Muharram (dalam penanggalan Hijriah) sebagai bagian dari perayaan Tahun Baru Islam. Upacara adat Kebo-keboan di Desa Alasmalang bertujuan untuk penolak bala sekaligus sebagai ungkapan rasa syukur masyarakat atas rejeki dan hasil panen yang telah diperoleh. Upacara kebo-keboan di Desa Alasmalang dilaksanakan setiap tanggal 10 bulan Sura. Untuk menjamin pelaksanaan upacara Kebo-keboan sehingga tetap dilaksanakan setiap tahun, maka dikeluarkanlah Perdes (Peraturan Desa) Nomor 4 tahun 2016. Salah satu bunyi PERDES tersebut: yakni: bab X pasal 2 menyatakan: “Pelaksanaan Upacara adat Kebo-keboan sebagaimana yang

dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan setiap tanggal 10 Suro atau Muharram atau di waktu lain atas dasar pertimbangan waktu dan kondisi". Perdes tersebut, secara langsung memberikan jaminan pada masyarakat Desa Alasmalang dapat dengan tenang melaksanakan upacara tersebut dan juga sebagai pelestarian budaya dan adat yang bisa menjadi magnet bagi wisatawan untuk mengunjungi Desa Alasmalang.

b) Produk Wisata di Pasar Wit-Witan

Pasar Wit-witan berlokasi di Desa Alasmalang Singojuruh Banyuwangi. Pasar Wit-Witan mulai dibuka pada tahun 2019, merupakan inisiasi dari masyarakat Desa Alasmalang. Disebut Pasar Wit-witan, karena lokasi pasar tersebut berada tepat di bawah 'wit' atau pepohonan yang rimbun dan asri. Pasar Wit-Witan digelar setiap hari Minggu sejak pukul 06.00 sampai sekitar pukul 10.00. Pasar Wit-Witan digagas dengan konsep wajah pasar tempo dulu. Desain bangunan lapak-lapaknya dicitrakan seperti layaknya pasar pada zaman kerajaan masa lampau yang atapnya terbuat dari welit, dan tiang-tiangnya dari bahan bambu. Pasar Wit-Witan hanya menawarkan ragam kuliner tradisional khas Banyuwangi. Di Pasar Wit-Witan terdapat satu ciri khas unik dimana terdapat orang yang berpakaian bertemakan kebo-keboan yang sesuai dengan tradisi desa setempat dan juga orang yang berpakaian seperti ikon Mak Lampir yang menjadi ikon untuk swafoto wisatawan di Pasar Wit-Witan. Adanya kebo-keboan di Pasar Wit-Witan ini dilakukan sebagai langkah pengenalan terhadap tradisi kebo-keboan. Di Pasar Wit-Witan terdapat fasilitas penunjang kegiatan pariwisata, seperti toilet, musholla, area parkir dan panggung pertunjukan. Di Pasar Wit-Witan terdapat satu *stand* yang menjual kerajinan kayu dalam berbagai macam produk berbahan dasar kayu mulai dari alat-alat memasak hingga kerajinan seni dari kayu.

Komponen produk pariwisata di Pasar Wit-Witan dianalisa menggunakan komponen pariwisata 4A yaitu *Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary*. Atraksi yang ada di Pasar Wit-Witan adalah atraksi wisata kuliner dimana wisatawan dapat menikmati ragam kuliner tradisional khas Banyuwangi dengan konsep tradisional. Keramaian di Pasar Wit-Witan didukung 29 stand yang merupakan masyarakat lokal Desa Alasmalang. Selain itu di Pasar Wit-Witan terdapat cosplay kebo-keboan dan mak lampir yang menjadi ikon Pasar Wit-Witan untuk berswafoto. Keunikan lainnya di Pasar Wit-Witan adalah menawarkan konsep tradisional dimana para penjual mengenakan pakaian khas dari Banyuwangi, misalnya perempuan mengenakan baju hitam dan bawahan batik khas Banyuwangi, untuk laki-laki menggunakan pakaian hitam dan udeng. Akses menuju Pasar Wit-Witan sangat mudah, sekitar 1,5 jam dari pusat kota Banyuwangi. Lokasi Pasar Wit-Witan telah tercantum di *google maps* sehingga mempermudah wisatawan dalam menemukan lokasi Pasar Wit-Witan. Dengan mudahnya aksesibilitas yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan dalam berkunjung ke Pasar Wit-Witan. Untuk fasilitas yang tersedia di Pasar Wit-Witan cukup lengkap, diantaranya toilet, musholla, area parkir dan panggung pertunjukan demi menambah kenyamanan wisatawan selama berada di Pasar Wit-Witan. Pasar Wit-Witan dikelola oleh Pokdarwis Desa Alasmalang yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang dilakukan di Pasar Wit-Witan, baik pengawasan, kegiatan evaluasi dan penataan-pengembangan. Pokdarwis memberikan stand atau lapak kepada para penjual dengan cuma-

cuma dan perawatan dan kebersihan dikelola oleh penjual. Sebagai gantinya, Pokdarwis hanya menarik retribusi kepada para penjual setiap minggu. Pokdarwis juga mengelola informasi pasar Wit-Witan di media sosial yaitu instagram @pasar.witwitan dan tiktok @pasar.witwitan sebagai wadah promosi melalui media digital.

c) Magnet Kuliner Pasar Wit-Witan

Ragam kuliner yang ditawarkan di Pasar Wit-Witan merupakan kuliner unik dan khas yang hanya ditemukan di Banyuwangi. Pasar Wit-Witan telah menjadi magnet kuliner bagi wisatawan karena dengan mendatangi satu destinasi namun sudah bisa merasakan beragam kuliner khas Banyuwangi. Untuk potensi kuliner makanan berat di Pasar Wit-Witan, makanan yang disajikan di Pasar Wit-Witan adalah geseng mentok yang merupakan makanan khas Desa Alasmalang, selanjutnya ada sego cawuk, pecel pitik, ayam kesrut, rujak soto, nasi tempong dan ayam pedas yang merupakan makanan khas susah ditemukan di perkotaan. Selanjutnya untuk kudapan yang menjadi potensi kuliner di Pasar Wit-Witan yaitu tahu walik, darplok, botok tawon, dan Kucur yang dimana kudapan-kudapan tersebut merupakan kudapan khas yang menjadi ciri khas kuliner lokal Banyuwangi.

d) Persepsi Wisatawan terhadap Pasar Wit-Witan

Hasil penelitian yang dipaparkan dan diolah dengan menggunakan konversi Skala Likert yang terbagi dari beberapa indikator yaitu keberagaman kuliner, makanan khas yang menyangkut rasa dan penyajian makana dan indikator yang terakhir adalah harga dan proposi nilai yang didapat dari wawancara dan hasil kuisioner yang disebar. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa indikator yang pertama yaitu keragaman kuliner memperoleh penilaian rata-rata 4,05 dari nilai maksimal 5 dengan penilaian baik. Hal ini didukung juga dengan pernyataan hasil wawancara yang disampaikan oleh Inne sebagai salah satu wisatawan di Pasar Wit-Witan.

*“Saya suka dengan keberagaman makanan yang ditawarkan di Pasar Wit-Witan, jadi satu tempat sudah bisa merasakan banyak makanan khas Banyuwangi yang jarang ditemui”* (Wawancara dengan Inne, 12/11/2023).

Berdasarkan hasil wawancara dan analisa skala likert disimpulkan bahwa wisatawan menyukai keberagaman kuliner yang disajikan di Pasar Wit-Witan, dimana kuliner tersebut tidak banyak ditemui di pusat kota Banyuwangi. Secara tidak langsung, Pasar Wit-Witan mengenalkan kembali makanan-makanan khas Banyuwangi yang sudah jarang ditemui, bahkan makanan yang belum dikenal oleh banyak orang. Untuk indikator makanan khas terbagi dalam rasa makanan dan penyajian, dimana rasa makanan yang disajikan memperoleh penilaian baik dengan rata-rata skor 3,92. Persepsi wisatawan terhadap rasa makanan di Pasar Wit-Witan menandakan bahwa wisatawan yang datang ke Pasar Wit-Witan menyukai rasa makanan yang disajikan di Pasar Wit-Witan. Dari kedua indikator dalam variabel makanan khas, penyajian merupakan indikator dengan skor terendah dengan persepsi cukup dengan rata-rata skor 3,36. Indikator penyajian ini juga mencakup tentang kebersihan makanan dan kebersihan peralatan makan yang digunakan. Hal ini didukung juga dengan pernyataan hasil wawancara yang disampaikan oleh Pipo sebagai salah satu wisatawan di Pasar Wit-Witan.

*“Rasanya sudah enak, tempatnya juga lumayan bersih dan tertata, hanya penyajian makanannya saja yang terlalu biasa menurut saya, soalnya jaman sekarang makanan tidak hanya bisa dinikmati namun juga dilihat sebagai suatu yang menarik mata”*(Wawancara dengan Pipo, 26/11/2023)

Berdasarkan hasil wawancara dan analisa skala likert, indikator penyajian ini banyak dikeluhkan wisatawan karena wisatawan merasa penyajian makanannya terlalu sederhana. Untuk Indikator terakhir dalam persepsi wisatawan terhadap Pasar Wit-Witan adalah mengenai harga dan proporsi nilai, dimana dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa indikator harga dan proporsi nilai memperoleh rata-rata skor 3,86 dengan penilaian baik. Hal ini didukung juga dengan pernyataan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ali sebagai salah satu wisatawan di Pasar Wit-Witan.

*“disini harganya murah-murah, porsinya juga ngenyangin, jadi paslah harga sama porsinya”* (Wawancara dengan Ali, 26/11/2023)

Berdasarkan hasil wawancara dan analisa skala likert, persepsi wisatawan terhadap harga dan proporsi nilai di Pasar Wit-Witan menandakan bahwa wisatawan yang datang ke Pasar Wit-Witan merasa harga dan proporsi nilai cukup baik karena dengan harga dan porsi tidak berlebihan. Berdasarkan persepsi wisatawan mengenai Pasar Wit-Witan ditarik kesimpulan bahwa wisatawan cukup merasa puas dengan keberagaman makanan, makanan khasnya dan harga serta proporsi nilai dari kuliner yang disajikan di Pasar Wit-Witan.

e) Peran Pasar Wit-Witan dalam Pengembangan Pariwisata Desa Alasmalang

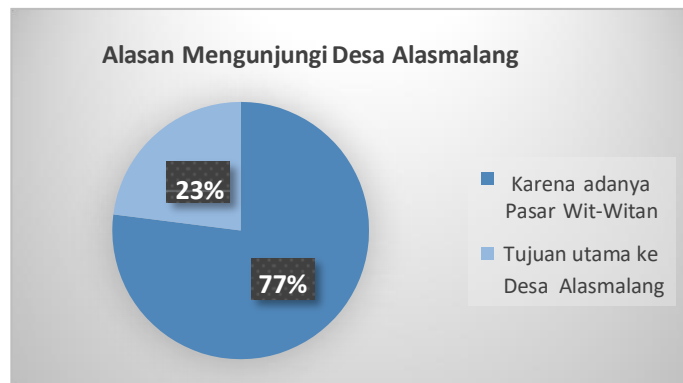
Sebelum adanya Pasar Wit-Witan, potensi wisata terkuat Desa Alasmalang adalah tradisi kebo-keboan. Namun karena kegiatan tradisi Kebo-keboan tidak bisa ditampilkan secara reguler maka tidak bisa memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan pariwisata dan perekonomian masyarakat Desa Alasmalang. Oleh karena itu, kehadiran Pasar Wit-Witan menjadi angin segar bagi kegiatan pariwisata Desa Alasmalang. Pasar Wit-Witan didirikan selain sebagai daya tarik untuk pengembangan pariwisata namun juga sebagai wadah untuk pemberdayaan masyarakat. Semenjak Pasar Wit-Witan beroperasi, eksistensi Desa Alasmalang semakin mengalami perkembangan, dimana dengan adanya Pasar Wit-Witan lebih banyak orang yang mengunjungi dan mengetahui pariwisata Desa Alasmalang. Hal ini diperkuat oleh penjelasan ketua pokdarwis Desa Alasmalang Ramadhan dalam wawancara dimana beliau menyampaikan bahwa mereka merasakan banyak perubahan setelah dibukanya Pasar Wit-Witan di Desa Alasmalang Desa Alasmalang.

*“Sebelum adanya Pasar Wit-Witan ini, Desa Alasmalang hanya memiliki satu daya tarik yaitu kebo-keboan, itupun yang datang tidak sebanyak yang datang ke Pasar Wit-witan ini, Pasar Wit- Witan ini bener-bener menjadi magnet baru bagi Desa Alasmalang ini, karena setelah adanya pasar ini, orang makin banyak yang datang dan jadi makin tau sama desa ini”* (Wawancara dengan Ketua Pokdarwis, 03/12/2023).

Masyarakat lokal juga menegaskan bahwa mereka merasa senang dan meraskan sampak positif setelah adanya Pasar Wit- Witan, Hal ini disebabkan karena Pasar Wit-Witan dapat membuka lapangan pekerjaan serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat lokal Desa Alasmalang. Hal ini diperkuat dengan penjelasan salah satu penjual makanan Bu Yayuk.

*“Sebelum adanya ini, saya tidak ada kegiatan apa apa, terus diajak ikut ngisi tempat disini, awalnya memang tidak banyak yang tahu pasar ini, tapi lambat laun sampai sekarang jualan disini juga bisa membantu saya dalam mencari uang meskipun bukanya hanya setiap hari minngu tapi, syukurnya hampir tiap minggu sekarang rame dan itu Alhamdulillah buat saya dan keluarga.”*(Wawancara dengan Bu Yayuk, 03/12/2023)

Bu Yayuk sebagai salah satu penjual mengatakan bahwa magnet dari banyak wisatawan yang datang ke Desa Alasmalang dikarenakan adanya Pasar Wit-Witan. Hal ini disebabkan karena eksistensi Pasar Wit-Witan lebih kuat dibanding tradisi Kebo-keboan Desa Alasmalang itu sendiri. Wisatawan sendiri memang lebih banyak mendapatkan informasi tentang Pasar Wit-Witan dibanding tradisi Kebo-keboan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan juga bahwa banyak wisatawan yang pergi ke Desa Alasmalang disebabkan karena adanya Pasar Wit-Witan. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan alasan wisatawan yang datang ke Desa Alasmalang.



**Gambar 1.** Alasan Mengunjungi Desa Alasmalang  
Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa banyak wisatawan yang datang ke Desa Alasmalang dikarenakan adanya Pasar Wit-Witan. Hal ini disebabkan karena eksistensi Pasar Wit-Witan lebih kuat dibanding Desa Alasmalang itu sendiri. Wisatawan sendiri memang lebih banyak mendapatkan informasi tentang Pasar Wit-Witan dimana promosi Pasar Wit-Witan juga dilakukan melalui media sosial mengingat kemudahan penyebaran informasi saat ini juga dapat melalui media sosial. Hal ini semakin menegaskan bahwa Pasar Wit-Witan memang berperan besar terhadap pengembangan Desa Alasmalang. Selain itu, dengan adanya Pasar Wit-Witan berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat dan pemberdayaan masyarakat, dimana para

pemilik stan yang berjualan merupakan masyarakat lokal yang didominasi oleh ibu-ibu dapat merasakan secara nyata adanya peningkatan ekonomi. Dari hasil wawancara dengan para penjual dan wisatawan, dapat ditarik kesimpulan bahwa keberadaan Pasar Wit-Witan berperan besar terhadap pengembangan pariwisata Desa Alasmalang.

### **Simpulan dan Saran**

Pasar Wit-Witan di Desa Alasmalang, Banyuwangi merupakan suatu destinasi wisata kuliner yang berkembang dan patut dipertimbangkan untuk dikunjungi. Potensi kuliner yang ada di Pasar Wit-Witan yaitu makanan khas Banyuwangi dimana terbagi dalam makanan pokok dan sedap-sedapan. Untuk makanan pokok terdapat, nasi cawuk, nasi tempong, pecel pitik, ayam kesrut, geseng mentok, ayam pedas dan rujak soto. Untuk sedap- sedapan atau kudapan terdapat darplok, tahu walik, kucur dan botok tawon. Persepsi wisatawan terkait keberagaman kuliner, makanan khas dan harga dan proporsi nilai mendapat nilai yang cukup baik. Aspek keberagaman kuliner mendapat nilai baik, karena wisatawan merasa keberagaman kuliner yang ada di Pasar Wit-Witan cukup variatif. Makanan khas dinilai dengan dua indikator yaitu rasa makanan dan penyajian. Untuk rasa makanan mendapat nilai baik, namun untuk penyajiannya mendapat nilai yang cukup. Artinya, penyajian makanan tidak menarik dan perlu dikoreksi. Untuk harga dan proporsi nilai mendapat nilai yang baik dari wisatawan karena wisatawan merasa harganya murah dibandingkan dengan porsi yang disajikan. Artinya, porsi yang disajikan tergolong murah dengan harga terjangkau. Selanjutnya untuk peran kuliner di Pasar Wit-Witan terhadap Desa Alasmalang cukup besar yang dibuktikan dengan banyaknya wisatawan yang datang ke Desa Alasmalang untuk berwisata kuliner di Pasar Wit-Witan. Wisatawan mengakui memperoleh informasi cukup tentang Pasar Wit-Witan dibanding Kebo-keboan. Masyarakat lokal memperoleh kesempatan kerja di Pasar Wit-Witan sekaligus melajukan perekonomian masyarakat lokal. Hal itu menegaskan bahwa Pasar Wit-Witan memberikan dampak yang positif dan memiliki peran besar terhadap perkembangan wisata Desa Alasmalang.

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diajukan agar pemerintah daerah memberikan perhatian lebih untuk pengembangan Pasar Wit-Witan dan Desa Alasmalang, seperti membangun fasilitas penunjang serta membantu promosi Desa Alasmalang agar semakin berkembang untuk menjadi destinasi wisata berkelanjutan. Selain itu, masyarakat diharapkan bisa lebih banyak menggali dan menyajikan kuliner lokal yang sudah jarang ditemukan. Jika ragam kuliner di pasar Wit-Witan dikemas dalam penyajian yang menarik maka kuliner tradisional bisa menjadi primadona kembali. Pihak investor atau pihak swasta diharapkan dapat bekerjasama dengan Desa Alasmalang seperti membuat *event* kuliner lokal serta mengarahkan penyajian makanan lokal dengan sentuhan kekinian maka niscaya wisata kuliner dapat bersaing dan mengundang banyak wisatawan ke desa Alasmalang.

## Daftar Pustaka

- Darwanto A, Kharina N.S Luvina S. 2022. *The Role of Panggok Market as a Pioneer of Traditional Culinary Village Tourism in Cilacap Regency*, <https://ejournal.ahmaddahlan.ac.id/index.php/melati/article/download/64/73> diakses pada 6 Oktober 2023
- Fox, R. 2007. *Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations*. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 546 - 559.
- Hartog, A. D. 1986. "Diffusion of Milk as a New Food to Tropical Regions: The Example of 206 Indonesia 1880-1942." *Netherlands Milk and Dairy Journal* 41, 359-360.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2013). *Managing the Culinary Innovation Process: The Cafe of New Product Development*. *Journal of Culinary Science & Technology*. <https://doi.org/10.1080/15428052.2012.754724>
- Hjalager, A & Richards, G. 2002. *Research issues in tourism and gastronomy*. In M.A. Hjalager & Richards, G. (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 36- 50). London: Routledge
- Hendriyani, D. 2023. Siaran Pers: Menparekraf: Wisata Kuliner Jadi Salah Satu Daya Tarik Utama Destinasi Kota di Indonesia [internet]. [kememparekraf.go.id](https://www.kememparekraf.go.id).2023 [cited 14 Oktober 2023]. Available from: <https://www.kememparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-wisata-kuliner-jadi-salah-satu-daya-tarik-utama-destinasi-kota-di-indonesia>
- Kharina Nur Salsabila, Agus D, Luvena S, 2022. *Peran Pasar Panggok Sebagai Pelopor Wisata Kampung Kuliner Bernuansa Tradisional di Kabupaten Cilacap*, diakses pada 6 Oktober 2023 <https://ejournal.ahmaddahlan.ac.id/index.php/melati/article/view/64/73>
- Putra, I.N.D. 2014. Empat Srikandi Kuliner Bali: Peran Perempuan dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *Jumpa*, Vol. 1, No.1. Hal. 65-94.
- Rifdah, N.S., & Elia, N.F. 2023. *Peran Pasar Lokal Kampung Osing Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Budaya Desa Kemiren*, diakses pada 6 Oktober 2023. <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/inovasi/article/view/1358>
- Suardana, K., Putu Dewi K.C, I Gede Jaya S.W. 2022. *Pengelolaan Destinasi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Desa Suranadi*, <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jfbd> diakses pada 6 Oktober 2023
- Sugiama, A.G. 2014. *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata*, Edisi 1. Bandung: Guardaya Intimarta
- Suryadana, L.M., & Octavia, V. 2009. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.