

# KERAGAMAN PANGAN LOKAL DI PULAU LOMBOK UNTUK MENUNJANG PENGEMBANGAN PARIWISATA

Diversity of Local Foods in Lombok Island to Support Tourism Development

Zainuri<sup>1</sup>, Abbas Zaini<sup>1</sup>, Wiharyani Werdiningsih<sup>1</sup>, Taslim Sjah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Teknologi Pangan dan Agroindustri, Universitas Mataram, Jl. Majapahit 62 Mataram, Lombok 83125

<sup>2</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Jl. Pendidikan 62 Mataram, Lombok 83125

Email: nzainuri2@gmail.com

## ABSTRAK

Potensi hasil pertanian sangat besar untuk dikembangkan menjadi produk pangan lokal yang dapat mendukung pengembangan pariwisata daerah, dan saat ini telah ada beberapa produk pangan lokal direalisasikan di berbagai wilayah di Pulau Lombok. Tujuan dari tulisan ini antara lain untuk: (1) mengidentifikasi keragaman pangan lokal yang ada di Pulau Lombok, dan (2) mengetahui jumlah ketersediaan pangan lokal di Pulau Lombok. Untuk mencapai tujuan penulisan ini telah dilakukan penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan kondisi yang ada, dengan melakukan survei ke lokasi-lokasi yang dapat memberikan data yang dibutuhkan. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa di Pulau Lombok terdapat beberapa produk pangan lokal dengan nilai produksi (omzet penjualan) yang bervariasi dari yang besar hingga yang kecil. Besar-kecilnya produksi produk pangan lokal ini terjadi karena produsen menyesuaikan diri dengan permintaan yang ada. Beberapa produk yang menonjol (dihitung dari nilai produksinya) di seluruh Pulau Lombok adalah sate bulayak dan kerupuk kulit. Produk-produk pangan lokal yang dinilai mempunyai kekhasan Pulau Lombok adalah sate bulayak, ayam Taliwang, sate Tanjung (Lombok Utara), opak-opak, pelecing kangkung, dan jajan bantal (Lombok Timur).

**Kata kunci:** Agroindustri, pangan lokal, pariwisata, penawaran, permintaan, Pulau Lombok

## ABSTRACT

Lombok Island is potential in providing agricultural raw materials that can be developed into local food products that in turn support the development of tourism in this island. This study aimed at identifying kinds of local food products available in Lombok Island, and their quantity. To achieve these purposes, research was designed in descriptive method such that the study revealed the picture of the situation of local food in Lombok Island. Data analyses were follow-on, and revealed that there are several local foods made of/from agricultural raw materials. They have various production values, and there is adjustment of production (supply) to demand that exists. Some major local food products include 'Bulayak' satay and kerupuk kulit (animal skin crackers). There are also products that are typical to Lombok Island, i.e. Bulayak satay, Taliwang chicken, Tanjung satay (of fish)(from North Lombok), Opak-opak (sort of cracker), pelecing kangkung (traditional Lombok salad), and jajan bantal (made of mix glutinised rice and bananas) (from East Lombok).

**Keywords:** Agroindustry, demand, local food, Lombok Island, supply, tourism

## PENDAHULUAN

Pulau Lombok merupakan salah satu tujuan wisata yang semakin populer bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Hal ini tercermin dari fakta, misalnya Kabupaten Lombok Barat ditetapkan sebagai *Best Destination Indonesia Tourism Awards 2010* dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2009 dan 2010 (Khafid, 2010). Perkembangan

wisata khususnya di Pulau Lombok mengalami peningkatan yang sangat pesat akhir-akhir ini. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah wisatawan dan tingkat hunian kamar hotel meningkat selama 5 tahun terakhir (BPS NTB, 2012). Sebagai gambaran dapat disampaikan jumlah kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat (NTB) pada tahun 2009 – 2013 (Tabel 1), dan tingkat hunian hotel di Nusa Tenggara Barat (Tabel 2). Dapat diinformasikan bahwa Pulau Lombok mendominasi jumlah

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat, 2009 – 2013

Kelompok wisatawan	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
Mancanegara (orang)	232.525	282.161	364.196	471.706	565.944
Nusantara (orang)	386.845	443.227	522.684	691.436	791.658
Total (orang)	619.370	725.388	886.880	1.163.142	1.357.602

Sumber: BPS NTB (2015)

Tabel 2. Jumlah tamu yang menginap di hotel di Nusa Tenggara Barat, 2009 – 2013

Uraian	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
Jumlah tamu (orang)	212.364	268.07	312.223	366.857	434.175

Sumber: BPS NTB (2015)

hotel dan biro perjalanan wisata hingga lebih dari 80%, dan jumlah restoran hingga hampir 70 % dari total yang ada di NTB (BPS NTB, 2015), sehingga pariwisata Pulau Lombok dapat memberikan gambaran tentang pariwisata NTB. Prestasi daerah ini dalam pariwisata berlanjut hingga tahun terakhir ini (2015) ketika Nusa Tenggara Barat memperoleh penghargaan ‘Pengembangan Pariwisata Terbaik’ (Joko, 2015).

Seiring dengan pesatnya perkembangan wisata tersebut, bidang kuliner terutama untuk pangan lokal membutuhkan perhatian yang lebih serius dan menjadi sangat penting sebagai bagian dari rangkaian kegiatan wisata. Hasil pengamatan penulis menunjukkan bahwa kecenderungan (*trend*) pariwisata akhir-akhir ini menunjukkan bahwa wisatawan mengunjungi suatu daerah bukan saja bertujuan untuk melihat keindahan alam dan uniknya budaya masyarakat lokal tetapi juga berwisata kuliner untuk menikmati ragam produk pangan lokal baik sebagai hidangan di lokasi wisata maupun produk pangan yang dijadikan oleh-oleh (buah tangan). Untuk itu ketersediaan pangan lokal yang bermutu dan aman di daerah wisata sangat diperlukan.

Tersedianya makanan yang bermutu dan aman akan dapat merangsang wisatawan untuk berkunjung dan membeli beragam makanan yang tersedia, karena konsumen meningkatkan permintaannya terhadap produk yang lebih bermutu (Samuelson dkk., 1975; Siswosumarto dkk., 2012; Sjah dkk., 2010). Peningkatan kunjungan wisata ini selanjutnya akan dapat membantu berkembangnya perekonomian masyarakat, memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Pulau Lombok

pada khususnya dan daerah NTB pada umumnya hal ini sejalan dengan penelitian di daerah lain yang menunjukkan dampak positif dari pengembangan pariwisata (Buck dkk., 2002; Zeng dan Ryan, 2012; Ben-xiang, 2008; Jamieson dkk., 2004). Singkatnya, pangan lokal membantu perkembangan wisata dan ekonomi daerah yang bersangkutan.

Untuk itu evaluasi dan selanjutnya peningkatan mutu dan keamanan pangan lokal di Pulau Lombok secara umum dan di sekitar daerah wisata khususnya sangat diperlukan. Selanjutnya kapasitas pelaku usaha pengolahan pangan skala rumah tangga dalam memproduksi pangan yang bermutu dan aman sangat perlu ditingkatkan sebagai upaya untuk mendukung pengembangan pariwisata dan perekonomian masyarakat di Pulau Lombok dan daerah Nusa Tenggara Barat umumnya. Secara khusus pengembangan pangan lokal merupakan kegiatan pengolahan hasil pertanian (agroindustri) yang menurut pemerintah Indonesia sangat diperlukan untuk memajukan pembangunan di sektor pertanian (Menteri Pertanian RI, 2010; Sjah, 2010). Kegiatan pengolahan ini termasuk pengolahan pangan lokal, sangat dianjurkan saat ini untuk tujuan peningkatan nilai tambah pendapatan sehingga diperoleh ketahanan pangan yang lebih tinggi (Pemerintah Propinsi NTB, 2012).

Tujuan dari tulisan ini adalah untuk: (1) mengidentifikasi keragaman pangan lokal yang ada di Pulau Lombok, dan (2) mengetahui jumlah ketersediaan pangan lokal di Pulau Lombok. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai data dasar untuk pengembangan pangan lokal daalam kaitannya dengan pengembangan wisata daerah, dan sebagai salah satu acuan untuk penelitian selanjutnya.

## METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan dari tulisan ini maka penelitiannya dirancang menurut metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang kaya tentang topik yang diteliti (Cooper dan Schindler, 2003; Sjah, 2011; Zikmund, 2003). Secara khusus penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran tentang macam (ragam) produk pangan lokal, jumlah ketersediaannya, dan urutan (ranking) dari produk berdasarkan nilai produksinya, untuk keperluan pembinaan usaha lebih lanjut. Keperluan ini kadang-kadang disertai dengan pertimbangan subyektif kualitatif. Selain itu, tulisan ini juga memaparkan tentang pusat-pusat produksi pangan lokal dan pusat-pusat konsumsi produk pangan oleh wisatawan domestik dan mancanegara.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data sekunder (Kumar, 1993; Sjah, 2011) dilakukan ke dinas/kantor terkait dengan penyediaan data pangan lokal, antara lain dari dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten/kota. Dalam penelitian ini, data sekunder ini dipergunakan sebagai petunjuk awal tentang keragaman dan jumlah produk pangan lokal. Data sekunder ini merupakan data tahun lalu (sekitar 2012 atau sebelumnya), sehingga ada data yang sudah berubah dibandingkan dengan kondisi terakhir. Untuk memperoleh data terbaru tahun terakhir yaitu dari periode Juli 2013 hingga Juni 2014 dilakukan survei (Fink dan Kosecoff, 1998; Mosher dan Kalton, 1985; Sjah, 2011; Thomas, 1996) untuk mengumpulkan data primer dari pelaku usaha pangan lokal yaitu produsen dan pedagang.

Lokasi penelitian meliputi seluruh wilayah kabupaten/kota yang ada di Pulau Lombok, termasuk Kota Mataram, Kabupaten Lombok Barat, Kabupaten Lombok Tengah, Kabupaten Lombok Utara, dan Kabupaten Lombok Timur. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive* (Fink dan Kosecoff, 1998; Mosher dan Kalton, 1985; Sjah, 2011; Thomas, 1996) ke pusat-pusat produksi dan pusat-pusat wisata, dan secara jaringan atau *snowballing* (Fink dan Kosecoff, 1998; Mosher dan Kalton, 1985; Sjah, 2011; Thomas, 1996) dari satu lokasi ke lokasi lainnya berdasarkan informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

Survei ke lokasi-lokasi penelitian dilakukan secara bertahap, dimulai dengan observasi lapangan dan dilanjutkan dengan wawancara. Secara praktis ini dilakukan dengan pertama mengobservasi macam (keragaman) produk pangan lokal yang ada di suatu pusat wisata atau lokasi tertentu. Ini dilanjutkan dengan mendata jumlah pelaku masing-masing produk pangan lokal yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Dari jumlah populasi pelaku usaha di suatu lokasi ditentukan sampel untuk menjadi responden, dengan mempertimbangkan

representasi populasi dan keterbatasan sumberdaya. Peneliti menggunakan pedoman bahwa bila jumlah populasi pelaku untuk suatu produk di suatu lokasi sama dengan tiga pelaku atau lebih maka jumlah sampel (responden) yang dipilih adalah tiga orang pelaku. Sebaliknya, bila pelaku kurang dari tiga maka seluruhnya dijadikan sampel penelitian. Jumlah populasi dan sampel ini beserta produk pangan lokal yang menjadi usahanya disampaikan sekaligus pada hasil dan pembahasan tentang keragaman produk pangan lokal.

Data yang dikumpulkan difokuskan kepada data yang dapat memenuhi tujuan penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis, yang secara garis besarnya dapat dikategorikan sebagai analisis deskriptif dengan tujuan untuk memberikan gambaran kondisi yang ada (Trumbull, 2000). Secara khusus jumlah keseluruhan (agregat) produk untuk setiap kabupaten dihitung dari rata-rata nilai yang diperoleh dari sampel dikalikan dengan populasi pelaku usaha yang ada di kabupaten yang bersangkutan. Dalam perhitungan agregat ini diasumsikan bahwa setiap pelaku usaha mempunyai jumlah produk yang sama dengan rata-rata hasil dari sampel. Jumlah produk dalam satuan yang sesuai (umumnya dalam satuan kg) kemudian dinilai menjadi nilai uang (sehingga menjadi semacam omzet penjualan) dengan cara mengalikan jumlah agregat produk dengan harga rata-rata dari produk yang bersangkutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ragam Produk Pangan Lokal

Pangan lokal dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pangan yang terbuat dari bahan lokal, diproduksi oleh masyarakat lokal (setempat), bukan produk pabrik modern atau yang sudah terkenal, siap dikonsumsi, dan terkait dengan kebutuhan menunjang pariwisata (dikonsumsi oleh wisatawan di lokasi wisata dan/atau dibawa untuk oleh-oleh wisatawan).

### Produk Pangan Lokal Kota Mataram

Ada beberapa produk pangan lokal yang tercatat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Mataram pada tahun 2013. Ini termasuk aneka kue, kerupuk, dan produk olahan lain dari hasil laut, hasil peternakan, pertanian pangan, dan lain-lain. Hasil-hasil produk pangan lokal olahan ini sangat mudah ditemui diberbagai pasar di Mataram seperti di Pasar Ampenan, Cakranegara, Bertais, atau pasar-pasar lainnya di dalam wilayah Mataram. Beberapa produk ini juga secara bersama-sama dapat dijumpai pada pusat-pusat oleh-oleh khas Lombok. Lokasi wisata umumnya disugahi dengan produk pangan berupa sate dari berbagai jenis (macam) seperti sate daging, sate ayam, sate usus (usus sapi), dan sate ikan. Sate-sate dari hasil ternak atau hewan ini (tidak

termasuk ikan) sering disajikan secara bersama-sama disertai dengan lontong, yang umumnya dikenal dengan sate bulayak.

Survei yang dilakukan di Kota Mataram memverifikasi adanya beberapa produk pangan lokal yang tidak tercantum pada daftar yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Mataram Tahun 2013 tetapi ditemukan di lapangan. Sebaliknya, ada juga produk yang terdapat dalam daftar Dinas Perindustrian dan Perdagangan tersebut tetapi tidak ditemui di lapangan. Hasil temuan dari survei di Kota Mataram menunjukkan beberapa macam produk pangan lokal seperti ditampilkan dalam Tabel 3, yang menunjukkan bahwa macam produk pangan lokal di kota ini sangat beragam. Diantaranya terdapat sembilan macam produk pangan lokal dengan nilai transaksi (volume jual atau omzet) mencapai milyaran rupiah, yaitu secara berturut-turut berdasarkan besar nilainya yaitu kerupuk kulit, ayam Taliwang, sate bulayak (bersama lontongnya), sate Rembiga, ceker ayam, kripik singkong, telur asin, kerupuk paru, dan keripik ubi ungu. Empat produk pangan lokal yang disebutkan pertama bahkan volume jualnya mencapai lebih dari Rp 1 Milyar di Kota Mataram ini. Produk-produk lainnya seperti sate ikan, dodol rumput laut, keripik pisang, dodol nangka, dan dodol buah

sirsak dan buah lainnya juga mempunyai omzet yang tidak dapat dipandang kecil. Secara umum dapat dikatakan bahwa usaha produk pangan lokal telah berkontribusi besar terhadap perekonomian Kota Mataram. Omzet penjualan dari produk pangan lokal Kota Mataram yang terkait pariwisata mencapai hampir Rp 20 milyar.

Jumlah pelaku usaha produk pangan lokal di Kota Mataram menurut hasil survei ini mencapai 249 orang pelaku. Pelaku ini terdiri atas produsen dan/atau pedagang, dalam arti ada yang bertindak sebagai produsen saja, atau pedagang saja, dan adanya yang produsen sekaligus pedagang. Pembagian seperti ini mungkin agak ambigu dalam arti mungkin ada data yang tumpang tindih, tetapi minimal gambaran umum telah diperoleh. Dari 249 pelaku telah disampel sebanyak 70 orang sebagai responden penelitian.

Para pelaku usaha ini tersebar di berbagai lokasi dalam wilayah Kota Mataram (Tabel 3). Produk-produk pangan lokal yang ada di Kota Mataram umumnya diproduksi pada lokasi-lokasi yang tersebar. Namun ada beberapa produk yang produksinya terpusat di suatu lokasi tertentu, dan lokasi-lokasi dapat dikatakan sebagai identitas produk tersebut. Misalnya, kerupuk kulit ketika disebutkan maka sebagian besar orang

Tabel 3. Macam dan jumlah produk pangan lokal di Kota Mataram, 2014

No	Nama produk	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)	Jumlah pelaku (orang)	Jumlah responden (orang)
1	Kerupuk Kulit	912.600	75.000	68.445.000.000	75	3
2	Ayam taliwang	1.372.800	36.818	50.544.000.000		
2a	Ayam taliwang (restauran)	936.000	40.000	37.440.000.000	10	3
2b	Ayam taliwang (kaki lima)	436.800	30.000	13.104.000.000	14	3
3	Sate bulayak	530.861	63.717	33.824.700.000		
3a	Sate bulayak (total 3 macam)	188.370	139.565	26.289.900.000	35	4
3b	Lontong bulayak	342.491	22.000	7.534.800.000	35	5
4	Sate rembiga	124.250	150.000	18.637.500.000	7	3
5	Ceker ayam	35.880	250.000	8.970.000.000	5	3
6	Keripik singkong	78.000	60.000	4.680.000.000	5	3
7	Telur asin	164.736	26.667	4.392.960.000	11	3
8	Kerupuk paru	24.960	150.000	3.744.000.000	4	3
9	Keripik ubi ungu	56.160	60.000	3.369.600.000	3	3
10	Sate ikan	5.460	130.000	709.800.000	7	3
11	Peleceng kangkung	15.725	43.750	687.968.750	18	3
12	Dodol rumput Laut	8.237	50.000	411.850.000	3	3
13	Dodol nangka	1.841	50.000	92.050.000	7	3
14	Dodol sirsak	1.217	50.000	60.850.000	4	3
15	Keripik pisang	1.123	50.000	56.150.000	6	3
Total				198.626.428.750	249	70

(khususnya orang lokal Mataram) akan dapat langsung tahu pusat produksinya, yaitu di Seganteng, Kecamatan Cakranegara. Ini sama halnya dengan produk-produk: sate Rembiga yang berpusat di Kelurahan Rembiga, Kecamatan Selaparang; ayam Taliwang di Kelurahan Taliwang, Kecamatan Cakranegara. Namun sekarang ini produk-produk yang tersentral ini telah membuka cabang-cabang produksi di luar lokasi tradisionalnya. Penyesuaian yang dilakukan produsen ini merupakan langkah strategis untuk mencapai konsumen lebih banyak atau memenangkan persaingan, sehingga dapat memperoleh omzet dan keuntungan yang semakin besar. Pergerakan lokasi juga didukung oleh pergerakan pusat-pusat konsumsi. Kemunculan lokasi-lokasi hiburan, permainan, rekreasi dan ekonomi baru telah menarik pelaku usaha (baik produsen maupun pedagang) untuk memenuhi permintaan yang ada dan memperoleh manfaat dari kondisi tersebut berupa keuntungan. Pergerakan ini merupakan pergerakan logis, seperti yang banyak dikutip dalam literatur ekonomi yang menyatakan bahwa permintaan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh jumlah konsumen selain faktor-faktor lainnya. (McIver, 2001; Tregarthen, 1996; Truett dan Truett, 1995). Produsen berupaya menjual produknya ke lokasi-lokasi dengan jumlah konsumen yang lebih banyak dari pada sebelumnya, dengan harapan akan memperoleh jumlah penjualan yang semakin meningkat.

Dari pengamatan lapangan dapat diketahui bahwa produk-produk pangan lokal ini di Kota Mataram umumnya sedang berada dalam tahap pematangan, dalam arti sedang menikmati keuntungan usaha yang merangsang produsen atau pelaku usaha untuk menjalankan usaha tersebut. Dalam upaya memperpanjang masa 'menikmati' keuntungan dari usaha produk-produk tersebut maka produk-produk tersebut perlu dibuat menjadi lebih berkualitas dari pada yang sekarang, antara lain dengan melakukan inovasi-inovasi untuk meningkatkan mutu produk termasuk ukuran, bentuk, kemasan maupun kandungan gizinya, atau aspek lainnya yang dikehendaki oleh konsumen, termasuk wisatawan (lokal maupun mancanegara). Saran untuk melakukan inovasi untuk meningkatkan atau mempertahankan keuntungannya ini banyak dipaparkan dalam literature-literatur pemasaran (Kotler, 1984; Kotler dan Susanto, 2001; Swastha dan Irawan, 2005; Wentz dan Eyrich, 1970). Saran ini relevan dengan hasil survei karena beberapa produk pangan olahan lokal menampakkan kelemahan pada mutu dan atribut-atribut mutu (Sjah dkk., 2012).

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk meningkatkan kualitas produk dan menjadikan produk menjadi lebih diminati. Sebagai upaya peningkatan kualitas tersebut maka langkah awal yang harus dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi karakteristik mutu produk saat ini. Menurut hasil kajian lapangan (survei sosial ekonomi)

dan pertimbangan khusus, produk-produk yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut dalam pengembangannya adalah kerupuk kulit, sate bulayak, sate rembiga, dan ceker ayam. Hasil seleksi ini didasarkan atas pertimbangan nilai produksi (omzet produk) produk terbesar. Tetapi satu produk yaitu ayam Taliwang, walaupun dari segi omzet penjualan menempati urutan kedua, tidak dipilih karena pertimbangan subyektif khusus berupa usaha yang sudah berlangsung lebih baik dan tidak memerlukan intervensi lagi, relatif dibandingkan dengan produk-produk lainnya.

Mempertimbangkan kekhasan produk pangan lokal Kota Mataram seperti dalam Tabel 3, maka terdapat empat produk yang secara khusus mengindikasikan ke-Lombok-an yaitu ayam Taliwang, sate bulayak, sate rembiga, dan pececing kangkung. Produk pangan lokal ini tidak ada di daerah lain dalam arti rasanya yang khas Lombok dan tidak dapat ditiru atau disubstitusi secara sempurna dengan produk sejenis dari atau di daerah lain. Ayam Taliwang merupakan sajian dengan bahan baku berupa ayam kampung (bukan ayam potong) disajikan setelah dibakar atau digoreng, serta dibumbu pedas khas Taliwang (sangat pedas). Sate bulayak dibuat dari usus atau daging sapi atau ayam dengan bumbu santan kental, khas Lombok. Sate rembiga adalah sate dari daging sapi tetapi dengan bumbu setengah basah, cukup untuk bumbu tersebut melekat pada daging sate. Pececing kangkung adalah semacam salad dari daun kangkung dengan bumbu dari cabe dan tomat dan cabenya merupakan cabe rawit yang pedas atau sangat pedas.

Dalam bahasa yang lebih ringan dapat dikatakan bahwa pengunjung (wisatawan) ke daerah Mataram hampir selalu ingin menikmati produk-produk pangan lokal ini. Produk-produk lainnya memang merupakan produk pangan lokal, tetapi dapat ditemui dengan mudah di luar Kota Mataram seperti di Pulau Jawa. Dalam kaitannya dengan pengembangan wisata di masa datang, produk-produk pangan khas Lombok ini perlu mendapat perhatian lagi dalam aspek-aspek yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membelinya seperti dalam hal mutu dan higienitasnya. Hal ini mengingat aspek higienitas dan keamanan pangan menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi wisatawan untuk dapat mengkonsumsi pangan tradisional agar tidak mengganggu kesehatannya (Cohen dan Avieli, 2004; Kim dkk., 2009). Selain itu kepuasan wisatawan juga sangat terkait dengan kualitas service yang diterima termasuk keamanan, kebersihan dan fasilitas pendukung yang tersedia di lokasi wisata (Hau dan Omar, 2014).

### **Produk Pangan Lokal Kabupaten Lombok Tengah**

Pengumpulan data sekunder di Lombok Tengah menunjukkan bahwa ada banyak macam produk olahan pangan lokal. Produk-produk ini menyebar di hampir seluruh

Tabel 4. Macam dan jumlah produk pangan lokal di Kabupaten Lombok Tengah, 2014

No	Nama produk	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)	Jumlah pelaku (orang)	Jumlah responden (orang)
1	Sate Madura	45.689	64.195	2.933.020.000	-	-
1a	Sate Madura (ayam)	17.892	90.000	1.610.280.000	12	3
1b	Sate Madura (kambing)	7.668	120.000	920.160.000	12	3
1c	Lontong sate Madura	20.129	20.000	402.580.000	7	3
2	Marungkung	38.198	40.000	1.527.920.000	9	3
3	Sate bulayak	9.963	64.668	644.413.276	-	-
3a	Sate bulayak (sapi)	1.853	147.692	273.673.276	8	3
3b	Sate bulayak (ayam)	2.085	120.000	250.200.000	8	3
3c	Lontong sate bulayak	6.027	20.000	120.540.000	8	3
4	Ceker ayam	13.092	35.000	458.220.000	10	3
5	Ure	20.800	20.000	416.000.000	9	3
6	Rengginang	11.451	27.068	309.955.668	8	3
7	Opak-opak	9.342	27.000	252.234.000	8	3
8	Temerodok	3.981	50.000	199.050.000	2	2
9	Mendari	6.101	30.000	183.030.000	6	3
10	Dodol rumput laut	937	150.000	140.550.000	6	3
11	Jajan kepeng	1.837	30.000	55.110.000	1	1
12	Jajan bawang	1.594	30.000	47.820.000	2	2
13	Aderan	1.246	30.000	37.380.000	2	2
14	Kripik pisang	438	41.000	17.958.000	9	3
15	Pisang sale	426	35.000	14.910.000	6	3
16	Kripik talas	178	50.000	8.900.000	2	2
17	Kripik singkong	177	30.000	5.310.000	1	1
18	Dodol terong	50	80.000	4.000.000	1	1
19	Manisan tomat	40	60.000	2.400.000	1	1
Total				7.258.180.944	138	57

wilayah Kabupaten Lombok Tengah. Banyaknya variasi produk olahan dapat mengindikasikan kreativitas produsen lokal dalam menciptakan produk-produk dari bahan-bahan pangan lokal. Bahan-bahan pangan lokal yang banyak digunakan adalah beras, jagung, kedele, kacang tanah, ubi kayu, ubi jalar. Selain itu, ada juga produk-produk yang dibuat dari bahan pangan hasil sayuran, buah-buahan, hasil peternakan, dan hasil laut. Dalam praktiknya, produksi pangan lokal ini umumnya dilakukan dengan mencampur satu bahan utama (dikenal dengan bahan baku) dengan satu atau beberapa bahan tambahan seperti penggunaan gula aren dalam pembuatan produk Ure yang berfungsi sebagai pemanis dan pewarna (dikenal dengan bahan penolong). Bahan baku merupakan bahan yang mempunyai proporsi terbesar dalam produk tersebut, sebaliknya bahan penolong merupakan bahan yang penggunaannya hanya sedikit dalam

produk tersebut tetapi perlu ada terutama untuk menciptakan cita rasa dan tampilan yang lebih baik daripada produk yang terbuat dari hanya satu bahan. Dapat dikatakan bahwa produk-produk ini telah memanfaatkan bahan-bahan lokal.

Selanjutnya dari hasil pengumpulan data primer (survei) diketahui bahwa di Kabupaten Lombok Tengah terdapat 10 macam produk dominan (Tabel 4). Dominasi dalam hal ini diukur dari nilai penjualan yang melebihi Rp 100 juta. Kesepuluh produk pangan lokal dimaksud adalah sate Madura (dari bahan baku daging ayam dan sapi beserta lontongnya), marungkung, sate bulayak (ayam dan sapi, serta lontongnya), ceker ayam, ure, rengginang, opak-opak, temerodok, mandarin, dan dodol rumput laut. Produk sate madura dan marungkung mempunyai nilai jual lebih dari Rp 1,5 milyar. Selanjutnya masih terdapat berbagai macam pangan lokal yang secara agregat diproduksi dalam jumlah

relatif kecil dengan omzet penjualan dibawah ratusan ribu. Produk-produk ini disurvei di lokasi-lokasi wisata, pasar, dan pusat produksi. Lokasi wisata yang disurvei adalah lokasi wisata pantai Kuta (Lombok Tengah) lokasi pemandian Batu Kiang Utara (Lombok Tengah), pasar-pasar di kecamatan-kecamatan dalam Kabupaten Lombok Tengah, dan pusat-pusat produksi yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Hasil survei juga melaporkan bahwa beberapa kelompok usaha pernah dibentuk untuk memperoleh pelatihan produksi pangan lokal, namun produksi dari kelompok usaha tersebut tidak berlanjut setelah pelatihan selesai. Adaptasi yang dilakukan produsen terhadap macam produk dan jumlah produksinya menyebabkan jumlah produksi dapat disamakan dengan jumlah penawaran karena hampir semua produksi yang dibuat dijual, atau dapat juga disamakan dengan permintaan karena jumlah produksi disesuaikan dengan jumlah permintaan. Praktik yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha (produsen atau pedagang) adalah mereka tidak memproduksi dulu (tidak menambah produksi lagi) sebelum produk yang sudah dihasilkan terlebih dahulu telah habis terjual.

Dari produk-produk yang teridentifikasi seperti pada Tabel 4, dipilih empat produk yang dipandang perlu untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi produk pangan untuk wisata di Kabupaten Lombok Tengah. Produk-produk pangan dimaksud termasuk marungkung, sate bulayak, ure, dan ceke ayam. Produk-produk ini merupakan produk-produk dengan jumlah produksi dan nilai produksi relatif tinggi di Kabupaten Lombok Tengah dan mempunyai kekhasan Lombok Tengah. Masing-masing produk ini mempunyai nilai produksi minimal Rp100 juta, bahkan produk marungkung (disebut juga temerungkung) mencapai Rp 1,5 milyar.

Kekhasan Lombok Tengah terkait dengan pangan lokal yang diteliti ada pada produk marungkung dan ure. Tim peneliti menilai bahwa produk lainnya (selain kedua produk tersebut) masih memiliki kesamaan dengan produk pangan daerah lainnya, sehingga tidak memiliki kekhasan tersendiri, sehingga (lagi) tidak dijadikan prioritas oleh peneliti untuk

dikaji mutunya dalam kesempatan ini untuk pengembangan produk lebih lanjut.

### Produk Pangan Lokal Kabupaten Lombok Barat

Hasil survei di Kabupaten Lombok Barat menunjukkan beberapa produk pangan lokal yang dapat ditemui di lapangan adalah sate bulayak, aneka dodol, aneka keripik, dan pisang sale (Tabel 5). Sate bulayak diproduksi atau dijual bersamaan dengan lontongnya. Dodol terbuat dari beberapa bahan baku yang berbeda, seperti nangka, sirsak, tape, dengan dodol nangka merupakan bahan baku yang dominan. Keripik juga terdiri atas beberapa bahan baku, termasuk pisang, ubi kayu, ubi jalar, sukun, dan lain-lain, dan keripik pisang menjadi produk keripik yang dominan.

Survei dilakukan di pusat-pusat wisata dan pusat produksi. Pusat-pusat wisata termasuk taman Narmada (Kecamatan Narmada), taman Mayura (Kecamatan Lingsar), pantai Senggigi (Kecamatan Batu Layar). Pusat-pusat produksi di Kabupaten Lombok Barat, antara lain adalah Kecamatan Suranadi, yang mempunyai banyak bahan baku bagi produk-produk tertentu.

Perhatian dalam penelitian ini akan diberikan lebih lanjut kepada empat macam produk ini yang ada dalam Tabel 5, karena macam produk pangan yang terbatas. Namun dalam produk dodol dan kripik yang terdiri atas berbagai macam juga maka kedua produk ini diwakili oleh dodol dan kripik yang dominan. Dodol yang dominan adalah dodol nangka dan kripik yang dominan adalah kripik pisang. Dengan demikian, produk pangan lokal yang mendapat perhatian khusus selanjutnya adalah sate bulayak, kripik pisang, dodol nangka, dan pisang sale. Dapat dipertegas bahwa dasar pemilihan keempat produk ini adalah karena nilainya relatif besar dibandingkan dengan produk-produk lainnya.

### Produk Pangan Lokal Kabupaten Lombok Utara

Survei pangan lokal di Kabupaten Lombok Utara berhasil mengidentifikasi 16 macam produk pangan lokal (Tabel 6).

Tabel 5. Macam dan jumlah produk pangan lokal di Kabupaten Lombok Barat, 2014

No	Nama produk	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)	Jumlah pelaku (orang)	Jumlah responden (orang)
1	Sate bulayak	49.700	125.000	6.212.500.000		
1a	Sate bulayak	35.500	170.000	6.035.000.000	50	9
1b	Lontong bulayak	14.200	12.500	177.500.000	50	9
2	Kripik (aneka)	53.995	89.124	4.812.250.000	39	6
3	Dodol (aneka)	95.140	35.000	3.329.900.000	16	6
4	Pisang sale	3.195	50.000	159.750.000	3	3
	Total			14.514.400.000	158	33

Ini termasuk sate ikan, ikan bakar, opak-opak, pepes ikan, abon ikan, kacang mete, pisang sale, stik singkong, kripik talas, kripik ikan, kripik pisang, emping jagung, rengginang, kue bawang, kripik singkong, dan kue basah. Daftar produk pangan menggambarkan potensi daerah Kabupaten Lombok Utara. Dari Tabel 6 ini tampak bahwa Kabupaten Lombok Utara mempunyai potensi besar dalam perikanan diikuti oleh tanaman pangan. Di sisi lain permintaan produk pangan lokal di Lombok Utara ini banyak berasal dari kegiatan wisata yang berkembang di beberapa kawasan pantai wilayah ini. Lebih jauh ditunjukkan bahwa produk-produk pangan dari ikan sangat mendominasi dilihat dari besarnya nilai produk (omzet penjualan). Produk pangan perikanan ini termasuk sate ikan, ikan bakar, pepes ikan, abon ikan, dan kerupuk ikan.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa terdapat lima produk pangan lokal dengan nilai penjualan lebih dari Rp 1 Milyar, yang semuanya termasuk produk perikanan ditambah opak-opak. Bahkan sate ikan mempunyai nilai penjualan hingga hampir Rp 6 Milyar. Produk-produk lainnya mempunyai nilai kurang dari Rp 1 Milyar, dan produk-produk ini sebagian besar merupakan produk olahan dari bahan baku hasil tanaman pangan. Seluruh produk pangan lokal di Kabupaten Lombok Utara ini mencapai hampir Rp 20 Milyar, dengan jumlah pelaku usaha mencapai 113 usaha baik secara individual maupun secara kelompok.

Melihat potensi daerah dan peluang permintaan yang besar untuk produk pangan lokal oleh wisatawan (baik nasional maupun internasional) maka produk-produk pangan lokal ini perlu dikembangkan lebih lanjut. Terkait dengan penelitian yang sedang berjalan ini (dalam aspek lainnya) maka produk pangan lokal yang perlu ditingkatkan kondisinya lebih lanjut adalah sate ikan, opak-opak, abon ikan, dan pisang sale. Pemilihan produk ini tidak sepenuhnya berdasarkan urutan besar omzet penjualan tetapi juga mempertimbangkan kegiatan pengembangan dan peningkatan mutu pangan lokal Kabupaten Lombok Utara. Produk perikanan seperti ikan bakar dan pepes ikan mempunyai omzet yang lebih tinggi relatif terhadap produk lainnya, tetapi kedua produk perikanan ini sudah berjalan secara relatif baik dan keduanya tidak memerlukan banyak intervensi untuk peningkatannya.

Sate ikan Lombok Utara sangat terkenal dengan identitas ‘sate tanjung’. Tanjung merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Lombok Utara, dan mempunyai historis khusus dengan keberadaan atau perkembangan sate ikan. Banyak wisatawan yang lewat di daerah ini hampir selalu mencari produk pangan ini, baik untuk dikonsumsi secara langsung di tempat wisata maupun untuk dibawa pulang atau dibawa bepergian. Permintaannya sangat tinggi karena kekhasan rasa bumbu dan kesegaran bahan baku ikannya. Pepes ikan Lombok Utara juga mempunyai rasa yang khas, dan biasanya dijual bersamaan dengan sate ikan. Khusus ikan

Tabel 6. Macam dan jumlah produk pangan lokal di Kabupaten Lombok Utara, 2014

No	Nama produk	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)	Jumlah pelaku (orang)	Jumlah responden (orang)
1	Sate ikan	76.974	75.000	5.773.050.000	17	10
2	Ikan bakar	78.208	41.024	3.208.400.000	34	6
3	Opak-opak	73.395	40.000	2.935.800.000	23	4
4	Pepes ikan	59.513	40.000	2.380.520.000	12	8
5	Abon ikan	9.600	140.000	1.344.000.000	1 kelompok	1
6	Kacang mete	5.616	150.000	842.400.000	2	2
7	Pisang sale	14.640	45.000	658.800.000	5 kelompok	7
8	Stik singkong	6.240	40.000	249.600.000	1 kelompok	1
9	Kripik talas	3.120	45.000	140.400.000	1 kelompok	1
10	kerupuk ikan	3.120	45.000	140.400.000	1 kelompok	1
11	Keripik pisang	2.964	45.000	133.380.000	2 kelompok	2
12	Emping jagung	2.400	40.000	96.000.000	10	3
13	Rengginang	3.120	25.000	78.000.000	1 kelompok	1
14	Kue bawang	1.560	40.000	62.400.000	1 kelompok	1
15	Keripik singkong	7.800	5.000	39.000.000	1 kelompok	1
16	Kue basah (biji)	24.000	1.000	24.000.000	1 kelompok	1
Total				18.106.150.000	113	50

bakar, permintaannya yang tertinggi adalah untuk konsumsi wisatawan di lokasi wisata, terutama di kawasan pantai Nipah. Dikaitkan dengan ketersediaan produk-produk sejenis di daerah lain di Indonesia, dapat dikatakan bahwa ‘sate ikan’ dari Lombok Utara merupakan produk pangan yang khas, sedangkan produk-produk lainnya dapat dikatakan kurang khas karena dapat ditemui substitusinya dengan cita rasa yang hampir sama di daerah-daerah lainnya. Wisatawan dari luar daerah dan/atau luar negeri mengkonsumsi makanan bukan hanya untuk mengenyangkan perut tetapi juga untuk menambah pengalamannya dengan budaya lokal daerah (Sengel dkk., 2015).

**Produk Pangan Lokal Kabupaten Lombok Timur**

Terdapat 12 macam produk pangan lokal yang teridentifikasi di Kabupaten Lombok Timur, dan usaha tersebut dilakukan oleh sekitar 170 orang produsen dan/atau pedagang. Produk-produk pangan lokal ini tersebar di beberapa lokasi di kabupaten tersebut, namun beberapa produk mempunyai lokasi produk yang tersentral. Produk-produk pangan lokal yang ditemukan dalam survei lapangan adalah temerodok, apon-apon, jajan bantal, kerupuk kulit, tape ubi kayu, opak-opak, kerake, gula gaet, tempeyek, jajan matahari, rengginang, dan dipang jahe (Tabel 7).

Total nilai seluruh produk pangan lokal di Kabupaten Lombok Timur mencapai hampir Rp 10 Milyar. Diantara produk-produk pangan lokal tersebut terdapat tiga macam produk yang nilai omzetnya per tahunnya (Juli 2013 – Juni 2014) mencapai lebih dari Rp 1 Milyar, yaitu temerodok, apon-apon, dan jajan bantal, sementara kerupuk kulit (dari Apitaik dan Masbagik) mencapai hampir Rp 1 Milyar. Dengan mempertimbangkan besar nilai penjualan dari tiga produk yang baru disebutkan (yaitu temerodok, apon-apon, jajan bantal) maka ketiga produk ini ditinjau lebih lanjut tentang kualitasnya untuk keperluan mengembangkannya menjadi produk pangan andalan bagi pariwisata di Kabupaten Lombok Timur. Produk-produk lainnya mempunyai nilai penjualan tahunan antara puluhan hingga ratusan ribu rupiah. Namun, kerake ditambahkan sebagai produk keempat yang perlu pembinaan lebih lanjut karena pertimbangan subyektif khusus berupa kekhasan produk daerah (Kabupaten Lombok Timur).

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa produk-produk pangan Kabupaten Lombok Timur sebagian besar mengandalkan bahan baku hasil pertanian tanaman pangan seperti beras, jagung, ubi, dan lain-lain. Hanya terdapat satu macam produk pangan lokal yang terbuat dari bahan baku hasil peternakan (khususnya sapi) yaitu kerupuk kulit. Oleh

Tabel 7. Macam dan jumlah produk pangan lokal di Kabupaten Lombok Timur, 2014

No	Nama produk	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)	Jumlah pelaku (orang)	Jumlah responden (orang)
1	Temerodok	97.325	40.000	3.893.000.000	25	3
2	Apon-apon	48.675	40.000	1.947.000.000	25	3
3	Jajan bantal (biji)	1.237.233	1.000	1.237.233.000	50	3
4	Kerupuk kulit	8.872	108.628	963.745.000		
4a	Kerupuk kulit (spitaik)	5.103	115.000	586.845.000	10	3
4b	Kerupuk kulit (masbagik)	3.769	100.000	376.900.000	1	1
5	Opak-opak	5.440	67.522	367.320.000		
5a	Opak-opak ubi kayu	4.076	60.000	244.560.000	12	3
5b	Opak-opak ketan	1.364	90.000	122.760.000	12	3
6	Tape ubi kayu	12.900	20.000	258.000.000	15	6
7	Kerake (biji)	214.900	1.000	214.900.000	1	1
8	Gula gaet	3.550	50.000	177.500.000	5	3
9	Rengginang	2.346	50.352	118.125.000		
9a	Rengginang (masbagik)	1.340	60.000	80.400.000	4	3
9b	Rengginang (pohgading)	1.006	37.500	37.725.000	2	2
10	Tempeyek	1.676	64.000	107.264.000	4	3
11	Jajan matahari	1.676	64.000	107.264.000	4	3
12	Dipang jahe	5.325	5.000	26.625.000	1	1
Total				9.417.976.000	171	41

sebab itu, menurut peneliti di masa mendatang dipandang perlu diadakan pelatihan-pelatihan (*training*) untuk memberi pengetahuan dan keterampilan baik teknis maupun manajemen dalam pengolahan hasil non pertanian pangan. Pertimbangan ini didasarkan atas potensi hasil laut dan peternakan yang besar karena posisi geografis kabupaten ini yang terletak di sepanjang pantai dan potensi peternakan yang juga besar.

Salah satu produk pangan lokal yang juga khas di Kabupaten Lombok Timur adalah jajan bantal. Produk ini dapat ditemui hampir setiap hari di sepanjang jalan di Desa Gapuk, Kecamatan Suralaga. Orang yang kebetulan lewat di lokasi tersebut, biasanya membeli produk tersebut untuk dibawa pulang ke rumah masing-masing, dan dapat tahan disimpan untuk 1-3 hari, tergantung dari kondisi penyimpanan.

**Produk Pangan Lokal Pulau Lombok: Rekapitulasi**

Produk pangan lokal dari semua kabupaten/kota di Pulau Lombok ditampilkan pada Tabel 8, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat 41 macam produk dengan total nilai produk sebesar Rp 248 Milyar. Tabel tersebut menunjukkan bahwa produk pangan lokal sangat beragam di Pulau Lombok, dan kontribusinya secara ekonomi juga besar.

Produk-produk olahan pangan lokal Pulau Lombok berasal dari bahan baku hasil peternakan, kelautan, pertanian pangan, dan kehutanan. Bahan-bahan ini dapat dengan relatif mudah ditemui di Pulau Lombok, sementara di sisi lain juga terdapat permintaan yang merangsang penduduk setempat untuk memproduksi produk pangan olahan tersebut. Nilai-nilai teratas atau terbesar dari produk pangan lokal Pulau Lombok sebagian besar berasal dari hasil peternakan, terutama dalam bentuk kerupuk dan sate. Produk dengan nilai produksi terbesar adalah kerupuk kulit dengan nilai mencapai hampir Rp 70 Milyar. Ini diikuti dengan produk Ayam Taliwang (dengan nilai Rp 50 Milyar lebih), sate bulayak (Rp 40 Milyar), dan sate Rembiga (Rp 18 Milyar). Setelah produk-produk peternakan ini, di posisi berikutnya adalah keripik dengan nilai Rp 13 Milyar. Keripik ini dibuat dari hasil-hasil pertanian tanaman pangan seperti singkong atau umbi-umbian lainnya. Dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa terdapat 19 macam produk dengan nilai produksi di atas Rp 1 Milyar, dan 22 macam produk dengan nilai kurang dari Rp 1 Milyar. Perbedaan besarnya produksi atau nilai produksi ini mencerminkan besarnya permintaan yang terjadi terhadap produk-produk tersebut dimana produsen dan pedagang melakukan penyesuaian jumlah produksi supaya tetap mendapatkan keuntungan dalam menjalankan bisnis mereka. Jumlah produksi bervariasi dari puluhan kg hingga jutaan kg.

Tabel 8. Macam dan jumlah produk pangan lokal di Pulau Lombok, 2014

No	Nama Produk	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai produksi (Rp)
1	Kerupuk kulit	921.472	75.324	69.408.745.000
2	Ayam Taliwang	1.372.800	36.818	50.544.000.000
3	Sate bulayak	590.524	68.891	40.681.613.276
4	Sate Rembiga	124.250	150.000	18.637.500.000
5	Keripik	203.955	65.029	13.262.948.000
6	Ceker Ayam	48.972	192.523	9.428.220.000
7	Sate ikan	82.434	78.643	6.482.850.000
8	Telur asin	164.736	26.667	4.392.960.000
9	Temerodok	101.306	40.393	4.092.050.000
10	Dodol	107.512	37.570	4.039.200.000
11	Kerupuk Paru	24.960	150.000	3.744.000.000
12	Opak-opak	88.177	40.321	3.555.354.000
13	Ikan bakar	78.208	41.024	3.208.400.000
14	Sate Madura	45.689	64.195	2.933.020.000
15	Pepes ikan	59.513	40.000	2.380.520.000
16	Apon-apon	48.675	40.000	1.947.000.000
17	Marungkung	38.198	40.000	1.527.920.000
18	Abon ikan	9.600	140.000	1.344.000.000
19	Jajan bantal (biji)	1.237.233	1.000	1.237.233.000
20	Kacang mete	5.616	150.000	842.400.000
21	Pisang sale	18.261	45.642	833.460.000
22	Peleceng kangkung	15.725	43.750	687.968.750
23	Rengginang	16.917	29.916	506.080.668
24	Ure	20.800	20.000	416.000.000
25	Tape ubi kayu	12.900	20.000	258.000.000
26	Stik singkong	6.240	40.000	249.600.000
27	Kerake (biji)	214.900	1.000	214.900.000
28	Mendari	6.101	30.000	183.030.000
29	Gula gaet	3.550	50.000	177.500.000
30	kerupuk ikan	3.120	45.000	140.400.000
31	Jajan matahari	1.676	64.000	107.264.000
33	Tempeyek	1.676	64.000	107.264.000
34	Emping jagung	2.400	40.000	96.000.000
35	Kue bawang	1.560	40.000	62.400.000
36	Jajan kepeng	1.837	30.000	55.110.000
37	Jajan bawang	1.594	30.000	47.820.000
38	Aderan	1.246	30.000	37.380.000
39	Dipang jahe	5.325	5.000	26.625.000
40	Kue basah (biji)	24.000	1.000	24.000.000
41	Manisan tomat	40	60.000	2.400.000
Total				247.923.135.694

### **Tindak Lanjut yang Dibutuhkan**

Dari Tabel 3-7 dapat diketahui bahwa beberapa kabupaten/kota di Pulau Lombok mempunyai beberapa produk yang sama dan beberapa lainnya berbeda. Dari semua macam produk pangan lokal yang diproduksi dan dijual maka tampak sebagian besar menggunakan bahan baku dari hasil pertanian pangan. Sebagian kecil produk pangan lokal diproduksi dengan menggunakan bahan baku hasil laut dan hasil peternakan. Disisi lain, potensi hasil laut sebagian besar wilayah Pulau Lombok sangat besar. Tindakan untuk merealisasikan potensi laut menjadi produk-produk pangan yang bernilai tinggi perlu dipertimbangkan sebagai salah satu alternatif strategi untuk membangun perekonomian Pulau Lombok, termasuk dengan sambil mendukung pengembangan pariwisata melalui penyediaan produk-produk yang potensial untuk dikembangkan. Peningkatan perekonomian melalui pengembangan hasil laut (maritim) ini dan hasil-hasil pertanian lainnya sejalan dengan kebijakan pemerintahan (misalnya, ANTARA, 2014; Hartono, 2015; Pemerintah Provinsi NTB, 2012; Presiden RI, 2009).

Beberapa produk yang menonjol (dihitung dari nilai produksinya) di Pulau Lombok adalah sate bulayak dan kerupuk kulit. Sate bulayak menonjol di Kota Mataram, Kabupaten Lombok Barat, dan Kabupaten Lombok Tengah; sedangkan kerupuk kulit menonjol di Kota Mataram dan Kabupaten Lombok Timur. Selanjutnya, produk-produk yang dinilai mempunyai kekhasan Pulau Lombok adalah sate bulayak, ayam taliwang, sate tanjung (Lombok Utara), opak-opak, pelecing kangkung, dan jajan bantal (Lombok Timur). Kekhasan produk pangan lokal dapat merupakan faktor penarik minat konsumen untuk membeli, dan berfungsi sama dengan faktor selera bagi konsumen terhadap suatu produk. Semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu produk maka konsumen akan membeli produk tersebut lebih banyak (Cramer dkk., 1997; McIver, 2001; Tregarthen, 1996; Truett dan Truett, 1995). Rasa yang khas untuk pembangkit selera konsumen ini perlu terus dikomunikasikan dengan konsumen atau calon konsumen melalui kegiatan promosi produk pangan lokal khas Pulau Lombok.

Perlu disampaikan pula bahwa penelitian ini mempunyai kelemahan antara lain kemungkinan adanya produk-produk pangan lokal yang belum teridentifikasi dalam survei ini. Populasi pelaku usaha yang disampaikan pada Tabel 3 sampai dengan 7, kemungkinan juga tidak meliputi semua populasi yang sebenarnya ada, apalagi mengingat bahwa produk pangan lokal umumnya diproduksi dalam skala kecil atau skala rumah tangga, dan biasanya usahanya tidak terdaftar, sehingga sangat mungkin tidak diketahui oleh umum (Berry dkk., 2001; Harisudin, 2008). Oleh sebab itu, data yang telah disampaikan dalam Tabel 3 sampai dengan 7 mungkin menjadi

lebih besar daripada yang ada sekarang. Untuk memperoleh data yang lebih lengkap akan memerlukan pengumpulan data yang lebih lama, termasuk observasi yang terus-menerus dalam jangka panjang untuk mengikuti perkembangan yang terjadi di pasar atau di masyarakat Pulau Lombok terkait dengan produksi pangan lokal ini.

Salah satu aspek penting dalam pemasaran produk termasuk produk pangan lokal Pulau Lombok adalah aspek kualitas produk. Kualitas Produk menentukan permintaan akan suatu produk. Dalam keadaan faktor-faktor lain konstan maka semakin tinggi kualitas produk maka semakin banyak orang yang mau membeli produk tersebut (Cramer dkk., 1997; Tregarthen, 1996). Oleh karena itu, misi lanjutan yang perlu dituntaskan adalah meningkatkan kualitas produk pangan lokal Pulau Lombok ini. Namun, tindakan peningkatan kualitas ini memerlukan data pendukung tentang kondisi terkini terkait dengan produk yang akan dikelola kualitasnya itu. Selain itu tidak kalah pentingnya adalah penciptaan kondisi bisnis yang kondusif dan strategi ini dinilai lebih efektif daripada penyediaan bantuan langsung kepada usaha yang sedang atau dijalankan (Berry dkk., 2001).

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pulau Lombok mempunyai potensi yang besar dari berbagai hasil pertanian di darat dan di laut untuk dikembangkan menjadi produk-produk pangan lokal Pulau Lombok, dan beberapa diantaranya sudah direalisasikan. Di lapangan berhasil diidentifikasi beberapa produk pangan lokal dengan nilai produksi (omzet penjualan) yang bervariasi dari yang besar hingga yang kecil. Besar-kecilnya produksi produk pangan lokal ini terjadi karena produsen menyesuaikan diri dengan permintaan yang ada. Beberapa produk yang menonjol (dihitung dari nilai produksinya) di Pulau Lombok adalah sate bulayak dan kerupuk kulit. Sate bulayak menonjol di Kota Mataram, Kabupaten Lombok Barat, dan Kabupaten Lombok Tengah; sedangkan kerupuk kulit menonjol di Kota Mataram dan Kabupaten Lombok Timur. Selanjutnya, produk-produk yang dinilai mempunyai kekhasan Pulau Lombok adalah sate bulayak, ayam Taliwang, sate Tanjung (Lombok Utara), opak-opak, pelecing kangkung, dan jajan bantal (Lombok Timur). Macam produk secara keseluruhan mencapai 41 macam. Jumlah produksi per produk bervariasi dari puluhan hingga jutaan kg, dan nilai produksi bervariasi dari Rp 2 juta hingga Rp 69 Milyar, sehingga secara keseluruhan mencapai nilai hampir Rp 248 Milyar.

Terhadap produk-produk pangan lokal yang sudah menonjol dan mempunyai kekhasan Pulau Lombok ini perlu dipromosikan lebih lanjut dalam mendukung pengembangan

wisata, sambil terus ditingkatkan kualitasnya. Beberapa potensi hasil pertanian darat dan laut masih mungkin untuk direalisasikan menjadi produk pangan lokal yang dapat memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat wisata di Pulau Lombok.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Banyak pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini dan penyelesaian artikel ini. Tim peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setingginya kepada pihak-pihak terkait, antara lain kepada DIKTI yang telah membiayai kegiatan penelitian ini, Universitas Mataram yang telah memfasilitasi penelitian ini, para responden dan informan yang telah memberikan informasi dan pemikirannya terkait dengan pangan lokal dan pariwisata ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA (2014). NTB percepat penganekaragaman secara berkelanjutan. *Dalam: Antara News*, Mataram.
- Ben-xiang, Z. (2008). Literature review on the research of tourism eliminating poverty in China. *Annals of Tourism Research* **35**(1): 107-126.
- Berry, A., Rodriguez, E. dan Sandee, H. (2001). Small and medium enterprise dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies* **37**: 363-384.
- Buck, M., Helmchen, C.J. dan von Moltke, K. (2002). From Rio to Johannesburg - A business perspective - The 7th International Business Forum August 20-22, 2002, Johannesburg, South Africa. *International Journal of Life Cycle Assessment* **7**: 253-260.
- BPS NTB (2012). *Nusa Tenggara Barat dalam Angka 2011 (West Nusa Tenggara in Figures 2011)*. Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Barat (Central Body of Statistics of West Nusa Tenggara), Mataram
- BPS NTB (2015). Statistik Hotel bintang dan non bintang di Nusa Tenggara Barat. *Dalam: Berita Resmi Statistik Provinsi NTB* **9**: 1.
- Cohen, E. dan Avieli, N. (2004). Food in tourism attraction and impediment. *Annals of Tourism Research* **31**(4): 755-778.
- Cooper, D.R. dan Schindler, P.S. (2003). *Business Research Methods*. 8 ed. McGraw-Hill, New York.
- Cramer, G.L., Jensen, C.W. dan Southgate, D.D.J. (1997). *Agricultural Economics and Agribusiness*. 7 ed. John Wiley and Sons, Inc., New York.
- Fink, A. dan Kosecoff, J. (1998). *How to Conduct Survey: a Step-by-Step Guide*. 2<sup>nd</sup> ed. Sage Publications, London.
- Harisudin, M. (2008). Strategi pengembangan produk pada industri kecil obat tradisional di Indonesia serta peran pemerintah dalam pengembangannya. *Dalam: R. Wibowo, H. Siregar and A. Daryanto, (eds.), Mungkinkah Petani Sejahtera? (Can Farmers Prosper?)*, Brighten Press, Bogor, pp. 225-232.
- Hartono (2015). *Kemenperin Dorong Pengembangan Industri Pangan Olahhan*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Jakarta.
- Hau, T.C. dan Omar, K. (2014). The impact of service quality on tourist satisfaction: the case study of Rantau Abang Beach as a turtle sanctuary destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences* **5**(23): 1827-1832.
- Jamieson, W., Goodwin, H. dan Edmunds, C. (2004). *Contribution of Tourism to Poverty Alleviation Pro-Poor Tourism and The Challenge of Measuring Impacts*. For Transport Policy and Tourism Section Transport and Tourism Division UN ESCAP.
- Joko (2015). NTB Raih penghargaan pengembangan pariwisata terbaik. *Dalam: Mataram News*, Mataram.
- Khafid, S. (2010). Kunjungan wisatawan ke nusa Tenggara Barat meningkat. *Tempo Interaktif*, 4 December 2010.
- Kim, Y.G., Eves, A. dan Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management* **28**(3): 423-431.
- Kotler, P. (1984). *Marketing Essentials*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. dan Susanto, A.B. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. 1 ed. Trans. A. A. Hermawan. 2 Salemba Empat, Jakarta.
- Kumar, K. (1993). An overview of rapid appraisal methods in development setting. *Dalam: K. Kumar, (ed.). Rapid Appraisal Methods*, hal. 8-22. World Bank, Regional and Sectoral Studies, Washington, D.C.
- McIver, J. (2001). *Micro Economics*. McGraw-Hill, Roseville, NSW, Australia.

- Menteri Pertanian Republik Indonesia (2010). *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2010 - 2014*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Jakarta.
- Mosher, C.A. dan Kalton, G. (1985). *Survey Method in Social Investigation*. 2 ed. Gower, Aldershot, England.
- Pemerintah Provinsi NTB (2012). *Rencana Aksi Daerah Pangan dan Gizi Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2011-2015*. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, Mataram.
- Presiden Republik Indonesia (2009). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Kebijakan Percepatan Penganekaragaman Konsumsi Pangan Berbasis Sumber Daya Lokal*. Jakarta.
- Samuelson, P.A., Hancock, K. dan Wallace, R. (1975). *Economics*. 2 Australian ed. McGraw-Hill, Sydney.
- Sengel, T., Karagoz, A. Cetin, G. Dincer, F.I. dan Ertugral, S.M. (2015). Tourists' approach to local food. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* **195**: 429-437.
- Siswosumarto, R., Hasibuan, V. dan Iskandar, D. (2012). *Intelijen Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sjah, T. (2010). *Ekonomi Pertanian*. Mataram University Press, Mataram.
- Sjah, T. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Mataram University Press, Mataram.
- Sjah, T., Rosmilawati dan Zainuri. (2012). *Rencana Bisnis: untuk Pengusaha Kecil dan Pemula dalam Usaha Pengolahan Hasil Pertanian*. Mataram University Press, Mataram.
- Swastha, B. dan Irawan (2005). *Menejemen Pemasaran Modern*. 2 ed. Liberty, Yogyakarta.
- Thomas, R. (1996). Surveys. Dalam: T. Greenfield, (ed.), *Research Methods: Guidance for Postgraduate*, hal. 115-124. Arnold, London.
- Tregarthen, T. (1996). *Economics*. Worth Publishers, New York.
- Truett, L.J. dan Truett, D.B. (1995). *Managerial Economics*. 5 ed. South-Western College, Cincinnati.
- Trumbull, M. (2000). Qualitative research methods. Dalam: G.R. Taylor, (ed.). *Integrating Quantitative and Qualitative Methods in Research*, hal. 79-93. University Press of America, Lanham.
- Wentz, W.B. dan Eyrich, G.I. (1970). *Marketing: Theory and Application*. Harcourt, Brace and World, Inc., New York.
- Zeng, B. dan Ryan, C. (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A Review of research. *Tourism Management* **33**(2): 238-249.
- Zikmund, W.G. (2003). *Business Research Methods*. 7 ed. Thomson, Mason, Ohio.