

STRATEGI PROMOSI PELAKU USAHA KULINER TIRAM BAKAR DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN DI KABUPATEN BARRU

PROMOTIONAL STRATEGY OF GRILLED OYSTER CULINARY BUSINESS ACTORS TO ATTRACT TOURIST INTEREST IN BARRU REGENCY

Putri Andriuni^{1,*}, Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin²

^{1,2} Program Studi Pairwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri

Parepare

** Penulis Korespondensi*

E-mail: putriandriuni@iainpare.ac.id*

Abstract

Currently, culinary tourism is a sector in the tourism industry that is experiencing rapid growth and is often associated with various cultural activities, such as cycling and walking. Culinary tourism includes unique eating and drinking experiences, undertaken by tourists during their travels. Therefore, to truly enjoy the culinary tourism experience, travelers are advised to visit the culinary location or destination directly to experience firsthand the taste of the food and drink, the atmosphere of the place, and the quality of service. This study aims to analyze the promotional strategies implemented by grilled oyster culinary entrepreneurs in Barru Regency to attract tourists, as well as identify the obstacles faced and the efforts made to overcome these challenges. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that the promotional strategies used include word-of-mouth marketing, the use of social media such as Instagram, TikTok, WhatsApp, and Facebook, and collaboration with local influencers. Local tourists are the main target due to the high interest in regional culinary specialties. Obstacles faced include limited raw materials, weather effects, location accessibility, and competition between entrepreneurs. Efforts to overcome these obstacles include selecting quality ingredients, diversifying the menu, improving service, and collaborating with relevant parties. In conclusion, an appropriate and sustainable promotional strategy plays a crucial role in enhancing the culinary appeal of grilled oysters, a culinary icon of Barru Regency.

Keywords: Promotion strategy, grilled oysters, tourist interest, local culinary, Barru Regency.

Abstrak

Saat ini, wisata kuliner menjadi salah satu sektor dalam industri pariwisata yang tengah mengalami perkembangan pesat dan sering dikaitkan dengan berbagai kegiatan budaya, seperti bersepeda dan berjalan Santai wisata kuliner mencakup pengalaman makan dan minum yang khas, dilakukan oleh para wisatawan selama perjalanan mereka. Oleh karena itu, untuk benar-benar menikmati pengalaman dari wisata kuliner, para pelancong disarankan mengunjungi langsung lokasi atau destinasi kuliner tersebut agar dapat merasakan secara langsung cita rasa makanan dan minuman, suasana tempat, serta kualitas pelayanannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh pelaku usaha kuliner tiram bakar dalam menarik minat wisatawan di Kabupaten Barru, serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dan upaya yang dilakukan dalam menghadapi tantangan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan mencakup pemasaran dari mulut ke mulut, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok,

WhatsApp, dan Facebook, serta kerja sama dengan influencer lokal. Wisatawan lokal menjadi target utama karena minat tinggi terhadap kuliner khas daerah. Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan bahan baku, pengaruh cuaca, aksesibilitas lokasi, dan persaingan antar pelaku usaha. Upaya untuk mengatasi hambatan tersebut mencakup pemilihan bahan baku berkualitas, diversifikasi menu, peningkatan pelayanan, dan kerja sama dengan pihak terkait. Kesimpulannya, strategi promosi yang tepat dan berkelanjutan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner tiram bakar sebagai ikon kuliner khas Kabupaten Barru.

Kata Kunci: Strategi promosi, tiram bakar, minat wisatawan, kuliner lokal, Kabupaten Barru.

1. Pendahuluan

Pada Saat ini, wisata kuliner menjadi salah satu sektor dalam industri pariwisata yang tengah mengalami perkembangan pesat dan sering dikaitkan dengan berbagai kegiatan budaya, seperti bersepeda dan berjalan santai. Istilah "wisata kuliner" berasal dari bahasa asing, yaitu *voyages culinaires* dalam bahasa Prancis dan *culinary travel* dalam bahasa Inggris, yang berarti perjalanan wisata yang berfokus pada aktivitas memasak dan menikmati makanan. Menurut Besra, dan merujuk pada definisi dari International Culinary Tourism Association (ICTA), wisata kuliner mencakup pengalaman makan dan minum yang khas, dilakukan oleh para wisatawan selama perjalanan mereka.¹ Oleh karena itu, untuk benar-benar menikmati pengalaman dari wisata kuliner, para pelancong disarankan mengunjungi langsung lokasi atau destinasi kuliner tersebut agar dapat merasakan secara langsung cita rasa makanan dan minuman, suasana tempat, serta kualitas pelayanannya.²

Wisata kuliner diartikan sebagai aktivitas kunjungan yang bertujuan utama maupun pendukung terhadap industri makanan, seperti festival kuliner, restoran, dan tempat-tempat khusus lainnya yang menawarkan kesempatan mencicipi makanan, baik karena rasanya maupun pengalaman unik yang ditawarkan. Makanan khas daerah menjadi daya tarik utama dalam mendorong seseorang untuk bepergian. Kuliner lokal mencerminkan sejarah serta budaya setempat dan dapat menjadi daya pikat bagi para wisatawan. Selama makanan yang disajikan memiliki kualitas yang baik dan mampu memperkenalkan keunikan dari masakan daerah, sebagian besar wisatawan akan merasa tertarik untuk mencicipinya, bahkan jika hanya sekadar mencoba.³

Dalam sektor pariwisata, kuliner lokal memainkan peran penting dalam mendukung aktivitas pariwisata, dan sebaliknya, pariwisata turut berperan dalam mempromosikan kekayaan kuliner daerah. Popularitas pariwisata semakin meningkat sebagai industri yang memberikan dampak besar terhadap

¹ Eri Besra, "Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2012).

² Ira Mayasari and Adrian Sesar Pasaribu, "Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Pontianak Kalimantan Barat," *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)* 1, no. 1 (2021): 1–15, <https://doi.org/10.21009/jppv1i1.01>.

³ Rona, *Wisata Kuliner*, Medcom, vol., 2019, <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/MkMvArVK-sejarah-macaron-makanan-imut-dari-prancis-diyakini-ada-sejak-tahun-1533>.

pertumbuhan ekonomi, khususnya di Indonesia. Perkembangan wisata kuliner di Indonesia juga menunjukkan tren positif, terbukti dari posisinya sebagai kontributor utama dalam sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia, subsektor kuliner menyumbang sebesar 41,4 persen dari total kontribusi ekonomi kreatif, atau sekitar 922 triliun rupiah pada tahun 2017.⁴

Banyak sekali objek wisata dan daya tarik wisata yang dimiliki Indonesia dan dapat dijadikan sebagai sarana pemicu keinginan wisatawan domestik ataupun mancanegara untuk berkunjung. Objek wisata dan daya tarik wisata tersebut tersebar di seluruh tanah air dengan berbagai macam perbedaan kebudayaan dan keunikan yang dimiliki tiap-tiap daerah, salah satunya adalah Kabupaten Barru.

Kabupaten Barru adalah salah satu Kabupaten yang berada pada pesisir barat Propinsi Sulawesi Selatan, terletak antara koordinat 40o5'49" – 40o47'35" lintang selatan dan 119o35'00" – 119o49'16" bujur timur dengan luas wilayah 1.174.72 km² berjarak lebih kurang 100 km sebelah utara Kota Makassar dan 50 km sebelah selatan Kota Parepare dengan garis pantai sepanjang 78 km.

Perjalanan dari Makassar ke Kabupaten Barru dapat ditempuh selama 1,5 jam dan dari Kota Parepare ke Kabupaten Barru selama 45 menit. Kabupaten Barru berbatasan dengan kota Parepare dan Kabupaten Sidrap di sebelah Utara, Kabupaten Soppeng dan Kabupaten Bone di sebelah Timur, Kabupaten Pangkep di sebelah Selatan dan Selat Makassar di sebelah Barat. Kabupaten Barru memiliki potensi serta kekayaan alam yang melimpah, diantaranya adalah sektor Industri, pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan, kerajinan, dan pariwisata. Salah satu sektor yang paling menonjol adalah sektor kelautan dan perikanan.

Salah satu wisata kuliner yang ada di Kabupaten Barru adalah Tiram Bakar yang terletak di Desa lipukasi, Kec. Tanete rilau, Kabupaten Barru. Tiram bakar Barru adalah kuliner khas yang dikembangkan oleh masyarakat Desa lipukasi, Kec. Tanete rilau, Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan (Sulsel). Seperti namanya, kuliner ini berbahan dasar tiram yang diolah dengan cara dibakar. Tekstur daging tiram yang kenyal kian lezat dengan aroma yang khas. Tiram bakar Barru ini diolah dengan cara tradisional sehingga aromanya sangat wangi dan menggugah selera. Warung makan yang menyajikan tiram bakar di Kampung Lajari cukup banyak berjejer di pinggir jalan. Pengunjung tinggal memilih salah satu warung makan. Unikny, warung makan tiram bakar Barru ini tidak seperti struktur warung makan pada umumnya. Pelanggan menikmati kerang bakar di sebuah gazebo yang disediakan oleh masing-masing warung.

⁴ Ida Bagus, "Peran Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Sanur," *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)* 2, no. 1 (2022): 11–20.

Tiram bakar Barru tidak disajikan siap makan, melainkan dalam bentuk utuh masih terbungkus cangkangnya. Hal ini memberi sensasi yang berbeda karena harus membukanya sendiri satu per satu. Warung makan tiram bakar Barru ini selalu ramai pengunjung. Apalagi saat waktu-waktu libur. Sebaiknya pengunjung datang waktu menjelang siang sehingga bebas memilih warung karena masih banyak tempat kosong.

Tiram Bakar Barru dikenal sebagai ikon kuliner klasik di Kota Barru karena kedai tiram bakar ini hanya ada di Lajari Kabupaten Barru. Padahal tiram merupakan kelompok hewan yang paling banyak ditemukan di perairan pasang surut atau dangkal di seluruh Kabupaten Barru. Pemanfaatan dan pengembangan usaha lokal yang ada dapat dijadikan alat untuk mencari keuntungan. Seperti yang saat ini dijalankan oleh para pengelola warung tiram bakar di Lajari Kabupaten Barru. Warga yang awalnya hanya makan tiram berkembang menjadi kegiatan ini seiring berjalannya waktu. Sebagian masyarakat Lajari tidak hanya mengkonsumsinya tetapi mulai menjualnya, kemudian hampir seluruh masyarakat Lajari mengikuti mereka untuk memulai usaha tiram bakar ini baik sebagai sumber penghasilan tunggal maupun usaha sampingan. Masyarakat tertarik dengan usaha ini karena tinggal di daerah pesisir yang sangat mudah ditemukan tiram di sungai Lajari dan di tambak dekat rumah warga.

Usaha tiram bakar merupakan usaha lokal yang dimiliki oleh usaha kecil yang dijalankan oleh penduduk setempat yang mencari bahan baku (tiram) hingga proses penjualannya dilakukan di rumah mereka, Dimana terbentuklah usaha tiram bakar tersebut. Usaha ini terkonsentrasi hanya pada satu tempat yaitu Desa Lajari di Kabupaten Barru namun dikelola oleh lebih dari satu orang yaitu penduduk Desa Lajari tersebut. Sebagai usaha kecil, pengolahan tiram bakar masih tradisional dengan peralatan sederhana. Warga sekitar mencari tiram dengan peralatan darurat di sekitar Sungai Lajari. Mereka mengumpulkan tiram dan mengolahnya dengan membakarnya dengan arang selama sekitar 15-20 menit dengan daun kelapa kering. Setelah diasap, rasa tiram menjadi lebih gurih, berpadu dengan aroma khas tiram bakar yang dapat menambah cita rasa. Selain mengambilnya langsung dari sungai, warga setempat juga membudidayakan tiram.

Dengan potensi alam yang mendukungnya, masyarakat Kabupaten Barru di Desa Lipukasi memiliki peluang yang baik untuk meningkatkan pendapatan ekonominya dengan mengembangkan kawasan industri yang mewadahi usaha tiram bakar ini. Produk olahan tiram dianggap sebagai bisnis yang menguntungkan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho yang

mengatakan bahwa pengusaha tiram bakar mampu meningkatkan ekonomi keluarganya dengan menggunakan faktor promosi penjualan dan pemasaran.⁵

Usaha tiram dikelola dengan modal sebagai langkah awal pendirian perusahaan ini. Awalnya, para pelaku usaha tiram bakar Lajari Barru tidak membutuhkan banyak modal untuk beroperasi. Untuk meningkatkan kondisi dan kualitas pelayanan kepada konsumen, dana untuk menambah modal akan diperhitungkan seiring berjalannya waktu untuk memperbaiki dan meningkatkan hal-hal yang mendukung usaha tiram bakar ini. Modal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan yang tidak kalah pentingnya.

Umumnya kedai tiram bakar buka pada pagi hari dan tutup menjelang magrib. Pada hari-hari tertentu, seperti libur (akhir pekan), namun biasanya melebihi jam tutupnya. Hal ini juga dipengaruhi oleh pasokan tiram yang dimiliki masing-masing operator di industri tiram bakar. Dikelola oleh pedagang Lajari Kabupaten Barru, usaha tiram bakar dijalankan untuk menambah pendapatan terutama untuk perekonomian keluarga. Ketika pendapatan keuangan keluarga meningkat, kekayaan diciptakan secara tidak langsung dalam keluarga. Berdasarkan hasil penelitian observasi awal biasanya rumah makan tiram bakar ramai setelah lebaran dan hari libur.

Pelaku usaha tiram bakar menjalankan bisnis ini dengan pengalaman dan menghargai lingkungan. Penjualan tiram bakar dulunya sedikit, terkadang stok tiram tidak habis terjual dalam satu hari. Namun, dengan pengalaman seorang pelaku usaha mampu menyiasatinya. Tiram yang tidak terjual hari itu dikembalikan ke sungai untuk menjaga kesegarannya dan tidak merugikan pengunjung karena kondisi tiram sudah tidak segar. Pada dasarnya, setiap kelangsungan bisnis tiram bakar memiliki caranya masing-masing, yaitu menjaga kualitas produk dan kepuasan konsumen dan pelanggan yang telah memilih bisnisnya. Karena itu adalah hal terpenting untuk bertahan di perusahaan. Meski ada persaingan, namun tidak menghilangkan kebiasaan warga Lajari Kabupaten Barru khususnya pengusaha tiram yaitu menciptakan human relation yang baik, gotong royong dalam proses kerja yaitu membersihkan limbah (cangkang) tiram. Hubungan ini dibina dengan baik dari generasi ke generasi dan dihormati secara kolektif oleh anggota masyarakat, khususnya pengusaha tiram.⁶

⁵ Ilma Amika, Trisla Warningsih, and Firman Nugroho, "Kontribusi Mata Pencarian Alternatif Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Nelayan: Studi Kasus Di Kelurahan Bagan Hulu, Kecamatan Bangko, Kabupaten Rokan Hilir, Indonesia," *Jurnal Ilmiah Pertanian* 19, no. 1 (2022): 38–47.

⁶ Dwi Aini Azzarah et al., "Pengelolaan Usaha Tiram Bakar Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Di Lajari Kabupaten Barru," *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 9, no. 1 (2023): 239, <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1229>.

Disini yang jadi persoalan atau kendala dari tiram bakar di kabupaten barru yaitu masih kurangnya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke wisata kuliner tiram bakar, sehingga penulis tertarik meneliti strategi promosi pelaku usaha kuliner tiram bakar di kabupaten barru.

2. Metode

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, yaitu suatu metode ilmiah yang bertujuan menggali informasi secara mendalam mengenai suatu kasus tertentu. Fokus utamanya adalah memahami fenomena dalam lingkungan sosial secara alami, dengan memberikan perhatian khusus pada interaksi dan komunikasi yang intens antara peneliti dan objek kajian. Dalam pendekatan kualitatif, konteks sosial dipandang sebagai kesatuan yang utuh antara individu yang diteliti dan lingkungan sosial tempat mereka berada.⁷ Pada penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, karena penelitian ini berdasarkan fenomena nyata dan pengambilan data tentang Strategi Pelaku usaha kuliner tiram bakar dalam menarik minat wisatawan di kabupaten barru

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini berada di Desa lipukasi, Kecamatan Tanete Rilau, Kabupaten Barru. Waktu Penelitian yang digunakan kurang lebih satu bulan.

2.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pelaku usaha kuliner tiram bakar dalam menarik minat wisatawan di kabupaten Barru

2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan tempat atau asal diperolehnya informasi yang dikumpulkan oleh peneliti untuk keperluan penelitian. Dalam upaya menjawab rumusan masalah, seringkali diperlukan satu atau lebih sumber data, tergantung pada kebutuhan serta kelengkapan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data ini juga akan menentukan apakah data yang diperoleh tergolong sebagai data primer atau data sekunder.⁸ Menurut macam atau jenisnya dibedakan antara data primer dan sekunder. Adapun data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder:

2.3.1 Data primer

Menurut Rosady Ruslandata pokok hasil penelitian ini yakni data yang diperoleh secara langsung dari penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Melalui observasi serta wawancara mendalam dari

⁷ Haris Herdiansyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif* : Untuk Ilmu-Ilmu Sosial (Jakarta: Selembang Humanika, 2011)

⁸ Wahidmurni., *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*, repository uin-malang ac.id (28 Januari 2020).

informan, Adapun bentuknya adalah pernyataan-pernyataan dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai dengan cacat secara tertulis. Dari hasil observasi dan wawancara penelitian mengembangkan dan mengumpulkan menjadi bahan kajian memperoleh hasil temuan informan ditentukan berdasarkan kualifikasi dan kebutuhan penelitian.⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah informan penelitian yaitu masyarakat yang ada di Lajari, Desa lipukasi, Kecamatan Tanete Rilau, Kabupaten Barru.

2.3.2 Data sekunder

Data sekunder menurut Rahmad Kriantono dalam bukunya teknik riset komunikasi adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau dengan kata lain dengan pelengkap. Berupa dokumen-dokumen atau data tertulis lain yang berhubungan dengan kondisi lokasi, baik secara kultural maupu geografik. Yang di dapat dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya yang terdiri dari surat pribadi, buku harian, notula, rapar pengumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah.¹⁰

2.4 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

2.4.1 Wawancara Mendalam (Depth interview)

Wawancara merupakan teknik penelitian yang paling mencerminkan pendekatan sosiologis dibandingkan metode sosial lainnya, karena metode ini didasarkan pada interaksi verbal langsung antara peneliti dan informan. Wawancara mendalam, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan bertatap muka antara pewawancara dengan informan, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.¹¹ Dengan demikian, dapat diperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai objek yang diteliti dan penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan informan yaitu pengunjung, akademisi/praktisi.

2.4.2 Pengamatan (Observation)

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.¹² Peneliti menggunakan observasi langsung dimana peneliti mengamati masalah-masalah yang berkaitan dengan apa yang menjadi permasalahan peneliti yaitu Promosi usaha kuliner tiram bakar.

⁹ Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi pembangunan dan Perubahan Sosial* (Rajawali Pers, 2011), h. 164-166.

¹⁰ Rahmad Kriantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 42.

¹¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif :Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosia Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media, 2011). h. 111.

¹² Joko Subagyo, *Metode Penelitian* (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2009), h. 63.

2.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu proses yang dilakukan dengan menelusuri kembali berbagai sumber data yang berasal dari dokumen, yang berfungsi sebagai pelengkap dan penguat terhadap data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Sumber dokumen ini dapat diperoleh dari berbagai tempat di lapangan, seperti buku, jurnal, skripsi, artikel, maupun dokumen resmi institusi. Studi dokumentasi sendiri adalah metode pengumpulan data yang tidak dilakukan secara langsung kepada subjek penelitian. Jenis dokumen yang digunakan pun beragam, tidak terbatas pada dokumen resmi saja.¹³ dokumen seperti gambar atau foto saat penelitian berlangsung di Tiram Bakar Barru.

2.5 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi:¹⁴

2.5.1 Uji Credibility

Derajat kepercayaan atau *credibility* dalam penelitian kualitatif adalah istilah validitas yang berarti bahwa instrumen yang dipergunakan dan hasil pengukuran yang dilakukan menggambarkan keadaan yang sebenarnya.¹⁵

2.5.2 Uji Tranferbility

Penelitian kualitatif tidak dikenal validitas eksternal tetapi menggunakan istilah atau konsep keteralihan atau transferabilitas keteralihan berarti bahwa hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan pada situasi lain yang memiliki karakteristik dan konteks yang relatif sama.¹⁶

2.5.3 Uji Dependability

Penelitian Kualitatif dikenal sebagai istilah reabilitas yang menunjukkan konsistensi hasil penelitian meskipun penelitian itu dilakukan berulang kali.¹⁷

¹³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga, 2001), h. 70

¹⁴ Helauddin & Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktif," (Sekolah Theologi Ekonomi Jaffar, 2019, h. 132.

¹⁵ Helauddin & Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktif," (Sekolah Theologi Ekonomi Jaffar, 2019, h. 134.

¹⁶ Helauddin & Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktif," (Sekolah Theologi Ekonomi Jaffar, 2019, h. 139.

¹⁷ Helauddin & Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktif," (Sekolah Theologi Ekonomi Jaffar, 2019, h. 140.

2.5.4 Uji Depenbility

Penelitian kualitatif dikenal pengujian dependabilitas yang dilakukan dengan mengadakan audit terhadap keseluruhan proses penelitian mulai dari menentukan masalah, menentukan sumber data, pengambilan atau pembangkitan data, melakukan analisis data, memeriksa keabsahan data, dan membuat kesimpulan.¹⁸

2.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono, analisis data merupakan proses untuk mencari dan mengatur data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara sistematis. Hal ini dilakukan dengan mengkategorikan data, rincinya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, memilih informasi yang relevan untuk dipelajari, serta menarik kesimpulan agar data tersebut dapat dengan mudah dipahami baik oleh peneliti sendiri maupun orang lain. Menurut Matthew B. Miles dan A Michael Huberman,¹⁹ sebagaimana di kutip oleh Basrowi dan Suwandi yakni proses-proses analisis data kualitatif dapat dijelaskan dalam tiga langkah yaitu :

2.6.1 Reduksi Data (*Data Reducation*)

Mereduksi data berarti menyaring dan merangkum informasi utama, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola yang muncul, serta menghapus bagian-bagian yang tidak relevan.²⁰ Reduksi data merupakan bentuk analisis yang bertujuan untuk memperjelas, memilih, memfokuskan, dan menyusun data dengan cara tertentu, sehingga kesimpulan akhir dapat disusun dan dikategorikan. Proses reduksi data melibatkan pemisahan dan transformasi data "mentah" yang tercatat dalam catatan lapangan tertulis. Data mentah adalah informasi yang sudah dikumpulkan tetapi belum diatur secara sistematis atau numerik.²¹ " Data "mentah" yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data yang belum diproses atau dianalisis oleh peneliti. Oleh karena itu, proses reduksi data terjadi sepanjang kegiatan penelitian berlangsung.²²

Proses reduksi data juga dilakukan oleh peneliti di lapangan pada saat melakukan kegiatan wawancara kepada beberapa karyawan karena jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur, maka penelitian terlebih dahulu harus memilih dan memisahkan informasi yang dibutuhkan dan informasi yang tidak dibutuhkan dalam penelitian. Hasil wawancara dari pengunjung, akademisi/praktisi, pelaku usaha kuliner tiram bakar kemudian dipilih, disatukan, lalu memisahkan atau

¹⁸ Helauddin & Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktif, "(Sekolah Theologiya Ekonomi Jaffar, 2019, h. 141.

¹⁹ Basrowi & Surwandi, Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: Reneka Cipta, 2008), h. 209-210

²⁰ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 122.

²¹ Murray R. Spiegel dan Larry J. Stephens, Statistik, (PT. Gelora Aksara Pratama; Edisi Ketiga, 2004), h. 30.

²² Muri A Yusuf. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan (Prenada Media, 2016), h. 406.

membuang informasi yang dianggap tidak berkaitan dengan penelitian ini. Setelah proses pengumpulan data dilakukan, data dari hasil wawancara dengan beberapa sumber serta hasil dari studi dokumentasi dalam bentuk catatan lapangan di objek usaha kuliner tiram bakar selanjutnya dianalisis. Analisis data bertujuan untuk membuang data yang tidak perlu dan menggolongkan ke dalam hal-hal pokok yang menjadi pokok permasalahan yang diteliti yaitu strategi pelaku usaha kuliner tiram bakar dalam menarik minat wisatawan di kabupaten barru.

2.6.2 Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, penyajian data adalah sekumpul informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi adanya kemungkinan penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.²³

2.6.3 Vertifikasi Data

Kesimpulan atau vertifikasi data adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini penelitian mengutarakan kesimpulan dari data-data yang diperoleh. Kegiatan ini dimaksud untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.²⁴

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Hasil Strategi Promosi Pelaku Usaha dalam Mempromosikan Kuliner Tiram Bakar di Kabupaten Barru

Strategi promosi merupakan rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi, yakni periklanan, promosi penjualan hubungan masyarakat, publikasi dan pemasaran langsung. Promosi dapat diharapkan akan mempengaruhi elastisitas permintaan produk atau jasa. Promosi dapat juga diartikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan

²³ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing 2015), h. 123.

²⁴ Sandu Siyanto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 124.

tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan ²⁵

Promosi juga dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilaksanakan oleh pemasaran untuk mengkonfirmasi, mengajak, dan meningkatkan pembeli potensial dari suatu produk, yang ditujukan untuk mempengaruhi atau menimbulkan sebuah tanggapan. Seperti yang dikatakan ibu Sukriah selaku pelaku usaha:

“Untuk menarik minat wisatawan, promosi jadi salah satu cara penting untuk memperkenalkan dan bikin usaha makin dikenal. Ada banyak strategi yang sudah dipakai untuk menarik perhatian wisatawan, mulai dari pakai media sosial (tiktok, Instagram, whatshap dan facebook), kerja sama influencer di antaranya inara Rusli dan resa zakaria.”

Wawancara tersebut menyatakan bahwa dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata kuliner, strategi promosi memegang peranan penting dalam mengenalkan dan membangun citra usaha. Berdasarkan hasil wawancara, berbagai strategi telah diterapkan untuk menarik minat wisatawan ke usaha tiram bakar ini, mulai dari pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan influencer, hingga penyediaan promo menarik bagi pelanggan. Dengan pendekatan yang tepat, usaha ini terus berkembang dan menjadi pilihan utama bagi para pecinta kuliner laut. Penjelasan lainnya juga dijelaskan oleh bapak Idris yang juga merupakan pelaku usaha kuliner tiram bakar. Beliau menjelaskan dalam wawancaranya:

“bahwa Wisatawan lokal menjadi sasaran dalam usaha tiram bakar ini karena mereka memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap kuliner khas daerah. Selain itu, wisatawan lokal juga lebih suka mencari pengalaman baru yang unik termasuk mencicipi makanan laut seperti tiram bakar. Dengan harga yang lebih murah dibanding wisatawan luar negeri, mereka juga lebih mungkin untuk kembali atau merekomendasikan kepada orang lain. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut di kalangan wisatawan lokal.”

Wawancara selanjutnya Bersama ibu Nurmin selaku pelaku usaha mengatakan:

“Usaha tiram bakar ini tidak cuma pakai strategi promosi yang kreatif untuk menarik wisatawan, tapi juga tetap fokus menjaga kualitas rasa dan kesegaran tiram biar selalu fresh. Banyak cara yang dilakuin, mulai dari milih bahan baku yang bagus, mengatur stok dengan baik, sampai memberikan pelayanan yang ramah dan cepat.”

Wawancara lainnya juga disampaikan oleh ibu mila yang mengatakan:

“Untuk menarik minat wisatawan terhadap kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru, kami menggunakan beberapa strategi promosi yang cukup efektif. Salah satunya, kami aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk membagikan foto-foto makanan yang menggugah selera, testimoni pelanggan, hingga video singkat proses pembakaran tiram.”

Penjelasan lainnya oleh bapak Sudirman mengatakan bahwa:

²⁵ Deyana Ayu Suciana and Erwin Syahputra, “Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid,” *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 2, no. 2 (2023): 95–115, <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/1058>.

"Kami sadar bahwa promosi itu penting. Biasanya kami memanfaatkan media sosial pribadi untuk memposting foto dagangan, lalu menggunakan fitur story dan live agar pembeli bisa lihat langsung proses pembakaran tiram. Kami juga memberi promo khusus untuk wisatawan, seperti potongan harga untuk pembelian tertentu atau bonus tiram. Kami sering minta pengunjung untuk tagging akun kami dan menulis ulasan, karena itu bisa menjangkau lebih banyak orang."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner tiram bakar barru rata-rata menggunakan media sosial sebagai tempat promosi di antaranya, facebook, Instagram, tiktok dan lain sebagainya. Juga mempromosikan tiram bakar dari mulut ke mulut.

3.1.2 Minat Wisatawan terhadap Kuliner Tiram Bakar di Kabupaten Barru

Wisata kuliner tiram bakar barru merupakan wisata kuliner lokal yang menjadi ciri khas barru yang harus di ekslpore sampai ke wisatawan mancanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplore bagaimana minat wisatawan terhadap kuliner tiram bakar di barru. Wawancara dilakukan Bersama bapak idris selaku pelaku usaha kuliner tiram bakar mengatakan bahwa:

"bahwa Wisatawan lokal menjadi sasaran dalam usaha tiram bakar ini karena mereka memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap kuliner khas daerah. Selain itu, wisatawan lokal juga lebih suka mencari pengalaman baru yang unik termasuk mencicipi makanan laut seperti tiram bakar. Dengan harga yang lebih murah dibanding wisatawan luar negeri, mereka juga lebih mungkin untuk kembali atau merekomendasikan kepada orang lain"

Wawancara selanjutnya bersama dengan ibu Sukriah yang menyatakan bahwa:

"Kalau dilihat dari tahun ke tahun, minat wisatawan terhadap tiram bakar di Barru terus meningkat, apalagi saat musim liburan seperti sudah lebaran atau hari libur."

Penjelasan lainnya di jelaskan oleh ibu Nurmin yang mengatakan bahwa:

"Banyak orang dari luar daerah yang penasaran karena kuliner ini memang tidak umum ditemukan di tempat lain. Tiram bakar kami dikenal karena rasa segar dan sambalnya yang khas. Banyak yang datang karena rekomendasi dari media sosial atau cerita dari teman dan keluarga mereka yang sudah pernah mencoba."

Penjelasan dari Ibu mila juga mengatakan bahwa:

"Sejauh ini, minat wisatawan sangat baik, bahkan sering kali kami kewalahan saat musim liburan karena pengunjung membludak, terutama dari luar daerah seperti Makassar, Parepare, bahkan ada juga dari luar Sulawesi. Biasanya mereka penasaran karena dengar cerita dari teman atau lihat konten di media sosial."

Selain itu penjelasan dari bapak Sudirman selaku pelaku usaha mengatakan bahwa:

"Wisatawan itu suka sesuatu yang unik, dan tiram bakar ini termasuk kuliner yang langka dan punya cita rasa khas. Mereka juga tertarik karena bisa langsung melihat proses pembakaran tiram secara tradisional di tempat terbuka, itu menjadi daya tarik tersendiri. Ada juga wisatawan yang sengaja datang untuk mencoba tiram bakar sebagai bagian dari wisata kuliner mereka. Mereka bilang, suasana makannya yang dekat laut dan alami itu bikin pengalaman jadi lebih berkesan. Jadi kami selalu berusaha menjaga rasa, kebersihan, dan pelayanan agar mereka puas dan mau datang lagi atau merekomendasikan ke orang lain."

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru, dapat disimpulkan bahwa minat wisatawan terhadap kuliner khas ini terus menunjukkan peningkatan yang positif. Wisatawan lokal menjadi salah satu target utama karena mereka memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap kuliner khas daerah. Selain itu, mereka juga cenderung mencari pengalaman kuliner baru yang unik, terutama makanan laut seperti tiram bakar. Harga yang terjangkau menjadi salah satu alasan kuat mengapa wisatawan lokal lebih mudah untuk kembali dan bahkan merekomendasikan pengalaman ini kepada orang lain.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa minat wisatawan terhadap kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru sangat tinggi, didorong oleh keunikan rasa, suasana, serta dukungan dari media sosial dan promosi dari mulut ke mulut.

3.1.2 Faktor Penghambat Kuliner Tiram Bakar di Kabupaten Barru

Meskipun wisata kuliner tiram bakar barru memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan karena ciri khasnya, tetapi dalam pengembangannya tentu ada saja faktor menjadi penghambat, sebagaimana yang dikatakan oleh ibu Mila bahwasanya:

"Ada banyak hambatan yang dihadapi selama menjual tiram bakar, mulai dari stok bahan baku yang biasa tidak stabil dan tidak fresh, cuaca yang berubah-ubah sehingga mempengaruhi hasil tangkapan, akses dan fasilitas parkir yang kurang memadai, sampai persaingan sesama penjual tiram."

Penjelasan lainnya juga dijelaskan oleh ibu Nurmin yang mengatakan bahwa:

"Kami juga terkendala pada kurangnya fasilitas pendukung, seperti tempat makan yang memadai untuk menampung banyak pengunjung. Saat ramai, kami sering kehabisan tempat duduk dan itu bisa membuat wisatawan merasa kurang nyaman."

Penjelasan dari bapak Sudirman sebagai pelaku usaha juga mengatakan bahwa:

"soal promosi yang masih terbatas. Tidak semua pelaku usaha punya akses atau kemampuan untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal. Jadi masih banyak wisatawan yang belum tahu kalau Barru punya kuliner tiram bakar yang enak dan khas."

Penjelasan lain dari ibu Sukriah yang mengatakan bahwa

"pengelolaan kebersihan dan pengemasan produk. Karena sebagian besar usaha masih bersifat tradisional dan dilakukan secara mandiri, jadi belum semua tempat memiliki sistem pengolahan limbah atau penyajian yang lebih modern dan higienis. Hal ini kadang bisa mempengaruhi kenyamanan pengunjung luar daerah."

Sedangkan penjelasan dari bapak Idris juga mengatakan bahwa:

"Salah satu hambatan yang kami alami adalah ketersediaan bahan baku, terutama saat cuaca buruk atau musim ombak besar. Kadang nelayan tidak bisa melaut, jadi stok tiram jadi terbatas. Padahal permintaan tetap tinggi, apalagi saat musim liburan."

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru, terdapat beberapa faktor utama yang menjadi hambatan dalam pengembangan dan keberlangsungan usaha mereka. Hambatan yang paling sering disebutkan adalah ketidakstabilan stok bahan baku, yang disebabkan oleh faktor cuaca buruk atau musim ombak besar, sehingga nelayan sulit melaut dan tiram yang diperoleh tidak selalu dalam kondisi segar.

Selain itu, pelaku usaha juga menghadapi kendala dalam hal fasilitas pendukung, seperti keterbatasan tempat duduk dan akses parkir yang kurang memadai, terutama saat jumlah pengunjung meningkat pada musim liburan. Hal ini dapat berdampak pada kenyamanan wisatawan dan pengalaman mereka saat menikmati kuliner.

Persaingan antar penjual juga menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam menjaga kualitas rasa dan pelayanan. Sementara itu, promosi yang masih terbatas menjadi hambatan dalam menjangkau wisatawan yang lebih luas, karena tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan atau akses untuk menggunakan media digital secara optimal.

Di sisi lain, pengelolaan kebersihan dan pengemasan produk juga menjadi perhatian, mengingat sebagian besar usaha masih dilakukan secara tradisional. Kurangnya sistem pengolahan limbah dan penyajian yang higienis berpotensi menurunkan minat wisatawan, khususnya dari luar daerah yang lebih memperhatikan aspek sanitasi.

Secara keseluruhan, meskipun tiram bakar memiliki potensi besar sebagai ikon kuliner khas Barru, masih diperlukan perhatian dan dukungan lebih lanjut dalam hal infrastruktur, pelatihan promosi digital, pengelolaan lingkungan, serta ketersediaan bahan baku yang berkelanjutan agar kuliner ini dapat berkembang secara optimal dan berdaya saing tinggi di sektor pariwisata.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Strategi Promosi Pelaku Usaha Dalam Mempromosikan Kuliner Tiram Bakar Di Kabupaten Barru

Strategi promosi merupakan bagian penting dalam kegiatan pemasaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen serta membujuk mereka agar tertarik membeli atau mencoba produk tersebut. Promosi juga dapat meningkatkan elastisitas permintaan dan membentuk citra positif suatu produk atau usaha di benak konsumen. Dalam konteks usaha kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru, strategi promosi terbukti memainkan peranan penting dalam mengenalkan serta meningkatkan daya tarik usaha kepada wisatawan.

Hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha menunjukkan bahwa mayoritas promosi dilakukan melalui media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Media sosial

menjadi sarana yang efektif karena mampu menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Para pelaku usaha memanfaatkan fitur-fitur seperti story, live, dan unggahan visual berupa foto maupun video proses pembakaran tiram untuk menarik perhatian calon pembeli. Hal ini sejalan dengan konsep promosi modern yang menitikberatkan pada pemasaran digital dan komunikasi visual yang menarik.

Sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Sukriah, media sosial tidak hanya digunakan untuk membagikan konten, tetapi juga untuk berkolaborasi dengan influencer lokal, seperti Inara Rusli dan Resa Zakaria. Kolaborasi ini dinilai efektif karena mampu memberikan pengaruh langsung kepada pengikut influencer dan mendorong minat untuk mencoba kuliner tiram bakar. Selain itu, penggunaan promo menarik, seperti potongan harga atau bonus produk, juga menjadi strategi tambahan yang digunakan untuk menarik lebih banyak pelanggan, terutama saat musim liburan.

Bapak Idris menambahkan bahwa sasaran utama promosi adalah wisatawan lokal, yang dinilai memiliki rasa penasaran tinggi terhadap makanan khas daerah dan cenderung menyukai pengalaman kuliner yang baru. Dengan harga yang terjangkau, wisatawan lokal lebih berpotensi untuk menjadi pelanggan tetap serta menyebarkan informasi secara dari mulut ke mulut, yang secara tidak langsung menjadi bentuk promosi organik yang sangat efektif.

Strategi promosi ini juga dibarengi dengan penjagaan kualitas produk, seperti yang disampaikan oleh Ibu Nurmin. Menurutnya, menjaga kesegaran tiram dan memberikan pelayanan yang baik merupakan bagian dari strategi promosi tidak langsung. Pelayanan yang ramah dan produk yang berkualitas akan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan produk secara sukarela kepada orang lain.

Sementara itu, Ibu Mila dan Bapak Sudirman menekankan pentingnya kontinuitas promosi melalui media sosial pribadi, serta keterlibatan pelanggan dalam kegiatan promosi. Mereka secara aktif meminta pelanggan untuk menandai akun media sosial mereka atau menuliskan ulasan positif setelah mencicipi produk. Hal ini dapat memperluas jangkauan promosi tanpa biaya tambahan yang besar. Dari keseluruhan wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru berfokus pada pemanfaatan media digital, promosi dari mulut ke mulut, kerja sama dengan influencer, serta peningkatan pelayanan dan kualitas produk. Strategi ini cukup efektif dalam meningkatkan minat wisatawan dan membantu membentuk citra kuliner tiram bakar sebagai salah satu ikon kuliner lokal yang layak dicoba.

3.2.2 Minat Wisatawan terhadap Kuliner Tiram Bakar di Kabupaten Barru

Wisata kuliner merupakan salah satu elemen penting dalam pengembangan sektor pariwisata, di mana keberagaman makanan lokal menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kabupaten Barru memiliki salah satu ikon kuliner khas yang cukup menonjol, yaitu tiram bakar. Kuliner ini tidak hanya menjadi sajian lokal biasa, tetapi juga telah berkembang menjadi destinasi kuliner yang banyak diminati wisatawan, baik dari dalam maupun luar daerah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru, diketahui bahwa minat wisatawan terhadap tiram bakar tergolong sangat tinggi. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Idris, wisatawan lokal menjadi segmen pasar utama yang paling potensial. Hal ini disebabkan oleh tingginya rasa penasaran wisatawan terhadap kuliner khas daerah, serta kecenderungan mereka untuk mencari pengalaman baru yang unik. Selain itu, harga yang terjangkau dibandingkan dengan standar internasional juga mendorong wisatawan lokal untuk lebih mudah melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Ibu Sukriah memperkuat temuan tersebut dengan menyatakan bahwa tren kunjungan wisatawan terus meningkat setiap tahun, terutama saat momen hari besar seperti lebaran atau musim liburan. Hal ini menunjukkan bahwa tiram bakar telah menjadi kuliner musiman yang dinantikan, bukan hanya oleh penduduk lokal, tetapi juga oleh wisatawan dari luar daerah.

Sementara itu, Ibu Nurmin menekankan bahwa keunikan rasa dan kesegaran tiram bakar menjadi faktor utama yang menarik minat wisatawan, terutama yang berasal dari luar daerah. Menurutnya, pengunjung sering kali datang karena pengaruh promosi dari media sosial atau melalui cerita dan testimoni dari teman dan keluarga mereka yang sudah mencoba terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi dari mulut ke mulut dan kekuatan media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif terhadap tiram bakar Barru.

Penjelasan dari Ibu Mila menambahkan bahwa peningkatan jumlah pengunjung secara drastis kerap terjadi saat musim liburan. Para pelaku usaha bahkan mengaku kewalahan melayani pelanggan karena jumlahnya yang melebihi kapasitas normal. Mayoritas dari mereka berasal dari kota-kota besar seperti Makassar dan Parepare, bahkan ada juga dari luar pulau Sulawesi. Ini mengindikasikan bahwa tiram bakar Barru telah menjadi salah satu kuliner tujuan yang mulai dikenal di kalangan wisatawan lintas daerah.

Lebih lanjut, Bapak Sudirman menyoroti aspek pengalaman sebagai faktor penting dalam menarik minat wisatawan. Ia menjelaskan bahwa proses pembakaran tiram secara langsung di tempat terbuka dan suasana makan yang dekat dengan laut memberikan pengalaman yang unik dan autentik bagi

pengunjung. Hal ini menjadi nilai tambah yang tidak hanya menjual produk makanan, tetapi juga menyuguhkan pengalaman wisata kuliner yang menyeluruh. Oleh karena itu, menjaga kualitas rasa, kebersihan, serta pelayanan dianggap sebagai bentuk promosi tidak langsung yang efektif untuk menjaga loyalitas pengunjung.

Secara keseluruhan, pembahasan dari wawancara ini menunjukkan bahwa tingginya minat wisatawan terhadap kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu:

1. Keunikan rasa dan kualitas bahan baku
2. Harga yang terjangkau
3. Suasana dan pengalaman makan yang khas
4. Pengaruh media sosial dan testimoni konsumen
5. Momen liburan yang meningkatkan intensitas kunjungan

Dapat disimpulkan bahwa kuliner tiram bakar tidak hanya menjadi produk konsumsi, tetapi juga telah berkembang sebagai objek wisata kuliner yang memiliki nilai budaya dan ekonomi. Dengan terus menjaga kualitas serta memperluas strategi promosi yang tepat, kuliner tiram bakar Barru berpotensi dikenal hingga ke tingkat nasional maupun mancanegara.

3.2.3 Faktor Penghambat Kuliner Tiram Bakar di Kabupaten Barru

Meskipun kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata lokal, dalam praktiknya terdapat berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam pengembangannya. Berdasarkan hasil wawancara, hambatan-hambatan ini bersifat kompleks dan saling berkaitan, baik dari aspek produksi, sarana prasarana, promosi, maupun manajemen usaha.

Salah satu hambatan utama yang sering disebutkan oleh pelaku usaha, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Mila dan Bapak Idris, adalah ketidakstabilan ketersediaan bahan baku tiram. Hal ini dipengaruhi oleh faktor alam seperti cuaca buruk dan musim ombak besar yang menyebabkan nelayan kesulitan melaut. Akibatnya, stok tiram menjadi terbatas dan kualitasnya tidak selalu segar, padahal permintaan bisa meningkat drastis saat musim liburan. Ketergantungan terhadap kondisi alam ini menjadi tantangan besar dalam menjaga kesinambungan produksi.

Selain itu, minimnya fasilitas pendukung juga menjadi penghambat dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Nurmin, tempat makan yang terbatas dan area parkir yang tidak memadai membuat pengunjung merasa tidak nyaman, khususnya ketika terjadi lonjakan pengunjung. Ketidaksiapan dalam menampung wisatawan dalam jumlah besar berpotensi menurunkan pengalaman dan kepuasan mereka.

Masalah promosi yang belum maksimal turut menjadi perhatian penting dalam pengembangan usaha. Bapak Sudirman menyatakan bahwa tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan untuk memanfaatkan media sosial atau strategi promosi digital secara optimal. Akibatnya, kuliner tiram bakar belum dikenal secara luas oleh wisatawan luar daerah, meskipun potensinya sangat besar. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi digital dan pelatihan promosi bagi pelaku usaha.

Di sisi lain, pengelolaan kebersihan dan pengemasan produk juga menjadi tantangan tersendiri. Ibu Sukriah mengungkapkan bahwa sebagian besar usaha masih bersifat tradisional dan dilakukan secara mandiri, sehingga belum semua tempat memiliki sistem pengolahan limbah atau standar penyajian yang higienis. Padahal, kenyamanan dan kebersihan merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh wisatawan, terutama yang berasal dari luar daerah.

Tak kalah penting, persaingan antar penjual juga menjadi salah satu hambatan yang dirasakan di lapangan. Dalam kondisi pasar yang semakin terbuka, para pelaku usaha dituntut untuk terus menjaga kualitas rasa, pelayanan, serta inovasi agar dapat bertahan dan berkembang.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan kuliner tiram bakar Barru tidak lepas dari berbagai hambatan internal maupun eksternal. Ketidakstabilan bahan baku, keterbatasan fasilitas, kurangnya promosi digital, serta rendahnya standar kebersihan menjadi faktor-faktor utama yang menghambat kemajuan usaha ini. Oleh karena itu, dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, untuk menyediakan infrastruktur pendukung, pelatihan usaha, serta sistem distribusi bahan baku yang lebih stabil. Dengan penanganan yang tepat, hambatan-hambatan ini dapat diminimalkan sehingga tiram bakar Barru mampu bersaing sebagai destinasi wisata kuliner unggulan, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional dan internasional.

4. Simpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa usaha tiram bakar di Kabupaten Barru memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dengan strategi pemasaran yang tepat dan dukungan dari berbagai pihak. Pelaku usaha telah menerapkan berbagai strategi, mulai dari pemasaran yang menargetkan wisatawan lokal, promosi melalui media sosial dan influencer, hingga menjaga kualitas rasa dan inovasi menu. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti ketersediaan bahan baku, kondisi cuaca, aksesibilitas, dan persaingan usaha. Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai, usaha ini berpeluang untuk terus berkembang dan menjadi daya tarik kuliner khas daerah yang semakin dikenal luas.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh pelaku usaha tiram bakar di Kabupaten Barru berperan penting dalam menarik minat wisatawan. Promosi dilakukan melalui berbagai cara, termasuk pemasaran dari mulut ke mulut, pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan influencer(Inara Rusli dan Resa Zakaria). Selain itu, wisatawan lokal menjadi target utama karena memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap kuliner khas daerah serta kemungkinan besar untuk kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

Namun, dalam menjalankan usaha ini, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi, seperti ketersediaan bahan baku yang tidak selalu stabil, kondisi cuaca yang mempengaruhi hasil tangkapan, keterbatasan akses dan fasilitas parkir, serta persaingan antar usaha kuliner sejenis. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menarik minat wisatawan tidak hanya terbatas pada strategi promosi, tetapi juga peningkatan kualitas layanan, pemilihan bahan baku yang segar, serta diversifikasi menu agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan.

Ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan sebagai sumbangsih pemikiran dan bahan masukan pengusaha tiram bakar di desa lipukasi kabupaten barru, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha dapat terus meningkatkan inovasi dalam strategi pemasaran dengan lebih mengoptimalkan penggunaan media digital serta memperluas kerja sama dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah dan komunitas pariwisata.
2. Bagi pemerintah kabupaten barru dukungan dari pemerintah dalam pengembangan infrastruktur sangat diperlukan untuk meningkatkan aksesibilitas lokasi usaha. Dengan strategi yang tepat dan sinergi antara berbagai pihak, usaha kuliner tiram bakar di Kabupaten Barru memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh sebagai destinasi wisata kuliner unggulan.

Referensi

Al-Qur'an Al-karim

Afifah, Tuti Hartati, and Erlyn Rosalina. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada Peer To Peer (P2P) Lending Di DKI Jakarta." *Polteknik Negeri Jakarta*, 2021.

Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, Akramunnas Akramunnas. "BAURAN PEMASARAN DAN SHARIA COMPLIANCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN" 2507, no. February (2020): 1–9.

Ajzen, I. "Teori Perilaku Terencana." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

- Amika, Ilma, Trisla Warningsih, and Firman Nugroho. "Kontribusi Mata Pencarian Alternatif Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Nelayan: Studi Kasus Di Kelurahan Bagan Hulu, Kecamatan Bangko, Kabupaten Rokan Hilir, Indonesia." *Jurnal Ilmiah Pertanian* 19, no. 1 (2022): 38–47.
- Azzarah, Dwi Aini, Agus Syam, Nurjannah Nurjannah, Nurdiana Nurdiana, and Ratnah Ratnah. "Pengelolaan Usaha Tiram Bakar Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Di Lajari Kabupaten Barru." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 9, no. 1 (2023): 239. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1229>.
- Bawazir, Tohir. *Panduan Praktis Wisata Syariah*. Pustaka Al Kautsar, 2013.
- Besra, Eri. "Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2012).
- Cherniaieva, A.A. "Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia." *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENDOCRINOLOGY (Ukraine)* 16, no. 4 (2021): 327–32. <https://doi.org/10.22141/2224-0721.16.4.2020.208486>.
- Comission, European. "Strategi Promosu" 4, no. 1 (2016): 1–23.
- Destina Paningrum, S E. *Buku Referensi Investasi Pasar Modal*. Lembaga Chakra Brahmana Lentera, 2022.
- Deyana Ayu Suciana, and Erwin Syahputra. "Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid." *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 2, no. 2 (2023): 95–115. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/1058>.
- Goleman, Daniel, Richard, Boyatzis, and Annie Perdana Mckee. "Tinjauan Umum UMKM." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2018): 1689–99.
- Ida Bagus. "Peran Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Sanur." *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)* 2, no. 1 (2022): 11–20.
- Linda, Johar, Fahrul Anam, Putri Maqfirah, Lia Kartika, Cindy Angraen, Firdatu Ainun, Astuti, and Nurul Fanaysillah Muchtar. "Pengembangan Usaha Kuliner Tiram Bakar Desa Garessi Kecamatan Tanete Rilau Barru." *Jurnal Lepa-Lepa Open* 3, no. 4 (2023): 669–76.
- Lupiyoadi, Rambat. "Manajemen Perusahaan Jasa: Teori Dan Praktek." *Jakarta: Salemba Empat*, 2004.
- Mayasari, Ira, and Adrian Sesar Pasaribu. "Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Pontianak Kalimantan Barat." *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)* 1, no. 1 (2021): 1–15. <https://doi.org/10.21009/jppv1i1.01>.
- Muliana, Muliana, Zainal Said, and An Ras Try Astuti. "Potensi Wisata Syariah Pada Taman Wisata Puncak Bila Di Kabupaten Sidrap," 2023.
- Nashirun. "Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah* 3, no. 2 (2020): 1–15.
- Ningsih, Desy Dwi Sulastriya, and M Ruslianor Maika. "Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 693–702.
- Paturusi, Samsul A. "Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata." *Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar, Bali*, 2001.
- Pelu, Ibnu Elmi A S, Rahmad Kurniawan, and Wahyu Akbar. "Pariwisata Syariah Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah." *K-Media*, 2020.

- Priyadi, Unggul. "Pariwisata Syariah Prospek Dan Perkembangan," 2020.
- Rahim, Emad A. "Marginalized through the 'Looking Glass Self'. The Development of Stereotypes and Labeling." *Journal of International Academic Research* 10, no. 1 (2010): 9–19.
- Rona. *Wisata Kuliner. Medcom. Vol.*, 2019. <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/MkMVrAVK-sejarah-macaron-makanan-imut-dari-prancis-diyakini-ada-sejak-tahun-1533>.
- Slameto, Belajar. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya,(Jakarta: Rieneka Cipta, 2010), Cet." *Ke-5, HDepartemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia,(Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Cet. Ke-4, H 895* (2010).
- Sofyan, Riyanto. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Buku Republika, 2012.
- Sundari, Titi. "Strategi Pengembangan Taman Kuliner Tunggal Sangomang Berbasis Seafood Di Kota Palangka Raya." IAIN Palangka Raya, 2021.
- Syufa'at, Syufaat, and Zayyadi Ahmad. "Islamic Tourism Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah," 2022.
- Tjiptono, Fandy. "Strategi Pemasaran Edisi 4." *Yogyakarta: Andi Offset*, 2015.
- Ummah, Masfi Sya'fiatul. "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Dikabupaten Kampar." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.
- Warawardhana, Deni, and Yuni Maharani. "Indonesia Culinary Center." *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seniirupa Dan Desain* 2, no. 1 (2014): 1–6.
- Zahn, Felix, Armin Schoffer, and Holger Froning. "Mengevaluasi Strategi Penghematan Energi." In *2018 IEEE 4th International Workshop on High-Performance Interconnection Networks in the Exascale and Big-Data Era (HiPINEB)*, 16–23. IEEE, 2018.