

Efforts to Increase the Potential of Sate Klatak Culinary Tourism in Bantul Regency

Vicki Dwi Purnomo

Universitas Widya Mataram Yogyakarta

Corresponding Author: Vicki Dwi Purnomo Vickydepe@gmail.com

ARTICLE INFO

Keyword: Meat, Culinary, Sate Klatak

Received : 19 November

Revised : 22 December

Accepted: 31 January

©2023 Purnomo: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Klatak satay is a unique satay and can only be found in Yogyakarta. The klatak satay, typical of Bantul Regency, is made from chunks of goat meat skewered with an iron rod. The meat is covered in a special simple concoction of spices such as garlic and salt. After that, satay grilled over charcoal is a culinary variation that is present in the midst of culture in Bantul Regency. The author conducted a qualitative research with a descriptive approach that aims to explore data related to community strategies in developing sate klatak culinary tourism in Bantul Regency. The informants in this study are visitors, sellers and the local government. Collecting data in this study using three ways, namely, observation, interviews, and documentation. The results of the research from the trader's strategy in developing culinary satay klatak, which is a creative strategy by finding promoting ideas on social media, showing the advantages of oyster products based on arts and crafts and, highlighting tourism based on natural beauty. The impact of the roasted oyster seller strategy in Bantul Regency is the economic impact.

Upaya Meningkatkan Potensi Wisata Kuliner Sate Klatak di Kabupaten Bantul

Vicki Dwi Purnomo

Universitas Widya Mataram Yogyakarta

Corresponding Author: Vicki Dwi Purnomo Vickydepe@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Daging, Kuliner, Sate Klatak

Received : 19 November

Revised : 22 Desember

Accepted: 31 Januari

©2023 Purnomo: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Sate klatak merupakan sate yang unik dan hanya dijumpai di Yogyakarta. Sate klatak khas Kabupaten Bantul terbuat dari potongan daging kambing yang ditusuk dengan batang besi. Daging dilumuri bumbu racikan khusus yang sederhana seperti bawang putih dan garam. Setelah itu, sate dibakar di atas bara arang merupakan variasi kuliner yang hadir di tengah-tengah budaya di Kabupaten Bantul. Untuk mengetahui apa saja strategi penjual untuk meningkatkan wisata kuliner sate klatak. Penulis melakukan jenis penelitian kualitatif pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggali data yang berkaitan tentang strategi masyarakat dalam mengembangkan wisata kuliner sate klatak di Kabupaten Bantul. Informan dalam penelitian ini yaitu, pengunjung, penjual dan pemerintah setempat. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian dari strategi pedagang dalam mengembangkan kuliner sate klatak, yaitu suatu strategi yang kreatif dengan menemukan ide-ide mempromosikan di media sosial, menunjukkan keunggulan produk tiram yang berbasis seni budaya dan kerajinan serta, menonjolkan kepariwisataan yang berbasiskan keindahan alam. Dampak dari strategi penjual tiram bakar di Kabupaten Bantul yaitu dampak ekonomi.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami booming industri kuliner, yang terlihat dari pertumbuhan bisnis restoran. Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang luar biasa, masing-masing dari segi variasi dan rasa. Salah satu kota di Indonesia Dengan potensi industri makanan cepat saji, Indonesia dikenal sebagai salah satu negara keanekaragaman. Kabupaten Bantul adalah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Ibukotanya adalah Bantul. Moto kabupaten ini adalah Projo Tamansari singkatan dari Produktif-Profesional, Ijo royo royo, Tertib, Aman, Sehat, dan Asri. Kabupaten ini berbatasan dengan Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman di utara, Kabupaten Gunung Kidul di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Kulon Progo di barat. Objek wisata Pantai Parangtritis terdapat di wilayah kabupaten ini. Bagian selatan kabupaten ini berupa pegunungan kapur, yakni ujung barat dari Pegunungan Sewu. Sungai besar yang mengalir di antaranya Kali Progo (membatasi kabupaten ini dengan Kabupaten Kulon Progo, Kali Opak, Kali Tapus, beserta anak-anak sungainya. Bantul memang tak bisa dilepaskan dari sejarah Yogyakarta sebagai kota perjuangan dan sejarah perjuangan Indonesia pada umumnya. Bantul menyimpan banyak kisah kepahlawanan. Antara lain, perlawanan Pangeran Mangkubumi di Ambar Ketawang dan upaya pertahanan Sultan Agung di Pleret. Perjuangan Pangeran Diponegoro di Selarong. Kisah perjuangan pioner penerbangan Indonesia yaitu Adisucipto, pesawat yang ditumpanginya jatuh ditembak Belanda di Desa Ngoto.

Sebuah peristiwa yang penting dicatat adalah Perang Gerilya melawan pasukan Belanda yang dipimpin oleh Jenderal Sudirman (1948) yang banyak bergerak di sekitar wilayah Bantul. Wilayah ini pula yang menjadi basis, "Serangan Oemoem 1 Maret" (1949) yang dicetuskan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono IX. Tolok awal pembentukan wilayah Kabupaten Bantul adalah perjuangan gigih Pangeran Diponegoro melawan penjajah bermarkas di Selarong sejak tahun 1825 hingga 1830. Seusai meredam perjuangan Diponegoro, Pemerintah Hindia Belanda kemudian membentuk komisi khusus untuk menangani daerah Vortenlanden yang antara lain bertugas menangani pemerintahan daerah Mataram, Pajang, Sokawati, dan Gunung Kidul. Salah satu variasi kuliner yang ada dalam budaya Kabupaten Bantul adalah sate klatak. Tak heran bila daerah Jejeran sekarang dikenal sebagai pusat **sate klatak**. Selain itu, Sate ini memiliki keunikan tersendiri karena dibuat dari daging kambing muda. Selain itu, bumbunya pun sederhana. Tidak ada bumbu kacang atau kecap, melainkan hanya dibumbui garam. Tusuk satenya pun bukan tusuk sate yang biasanya kita temukan di berbagai penjual sate yang digunakan adalah jeruji sepeda. Jenis tusuk sate ini dipilih karena dipercaya dapat menghantarkan panas lebih baik dibanding tusuk bambu biasa. Hidangan tiram bakar ini juga menjadi wisata kuliner favorit warga lokal dan mancanegara.

Di daerah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul, Anda dapat melihat sejumlah rumah makan dan warung yang menjual sate klatak. Dengan rasa yang cukup khas mengolah sate klatak Warung-warung yang menjual makanan tradisional telah menjadi target bagi para pecinta makanan

tradisional, daerah ini tetap ramai dengan penduduk dari pagi hingga sore hari. Banyak orang yang menjadikan sate klatak sebagai bisnis sampingan. Mereka menganggap lebih sulit untuk mencari pekerjaan karena terbatasnya jumlah pekerjaan yang tersedia. Alhasil masyarakat harus melakukan suatu strategi dimana hal tersebut akan meningkatkan pendapatan mereka.

Firdaus dkk (2009: 100) menunjukkan bahwa strategi adalah upaya rasional untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran, dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang relevan Stoner dan Wanber (1993: 161) menyatakan bahwa strategi dapat ditekankan setidaknya dari dua perspektif yang berbeda Mereka menyatakan bahwa. Perspektif pertama, strategi, didefinisikan sebagai program yang luas untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan menjalankan misinya. Perspektif kedua, strategi, adalah pola respons jangka panjang yang dibuat organisasi terhadap lingkungannya.

Bisnis warung makan sate klatak terkait erat dengan tantangan dan hambatan dalam hal pendanaan, sumber daya manusia, manajemen, akuisisi keterampilan TI, lingkungan bisnis dan kualitas produk. Persaingan semakin ketat dengan semakin banyaknya bisnis serupa di area perdagangan yang sama. Hal ini berkaitan dengan eksistensi manusia sebagai individu sebagai bukti bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup tidak dapat melakukannya sendiri dan membutuhkan bantuan orang lain, dan bahwa saling ketergantungan kehidupan manusia berlangsung dalam suasana persatuan dan saling mendukung. Hal ini menuntut manusia untuk bersikap kooperatif, saling menghormati, tidak mengganggu hak-hak orang lain, dan bersikap toleran dalam kehidupan bersama. Jika bisnis ini tidak menerapkan strategi yang tepat untuk beradaptasi dengan perkembangan lingkungan bisnis, bukan tidak mungkin bisnis ini akan bertahan dalam lingkungan yang semakin kompetitif dengan bisnis sejenis. Hal ini sejalan dengan pernyataan Rukka (2018) bahwa lingkungan tempat kita tinggal terus berubah dan unit bisnis tidak dapat bertahan jika tidak dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Mengantisipasi perubahan yang diperlukan.

Penemuan-penemuan baru sedang terjadi di masyarakat dan cara orang hidup berubah. Masyarakat dengan fasilitas wisata kuliner di kawasan tersebut mengalami proses adaptasi dimana masyarakat harus beradaptasi dengan kondisi lingkungan saat ini. Jadi perubahan sosial dapat melihat perilaku masyarakat terkait dengan perubahan kondisi sosial ekonomi. Perubahan sosial merupakan proses yang tidak pernah lepas dari kehidupan masyarakat; menurut Farley (dalam Sztompka, 2005:05), perubahan sosial adalah perubahan pola perilaku, hubungan sosial dan struktur sosial pada waktu tertentu. Perubahan sosial yang sedang berlangsung memengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat. Salah satu aspek yang terpengaruh oleh perubahan sosial adalah mata pencaharian. Oleh karena itu, mata pencaharian adalah aktivitas sosial yang memengaruhi kebutuhan mata pencaharian. Mata pencaharian juga merupakan salah satu dari tujuh unsur budaya lokal (Koentjaraningrat, 2009: 203-204).

Pengamatan awal oleh peneliti pada 20 Januari 2023, salah satu keunikan Kabupaten Bantul dikatakan di mana Anda bisa menikmati sate klatak dengan harga yang sangat terjangkau. Warung sate klatak ini kian hari semakin meningkat jumlah penikmatnya. Hal ini dibuktikan oleh ramainya masyarakat yang berkunjung untuk mencicipi kuliner sate klatak ini. Hal ini dibuktikan oleh salah satu pengunjung yang sementara menikmati sate klatak bersama teman-temannya mengatakan kuliner sate klatak di kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul sangat recommended untuk dijadikan target liburan akhir pekan bersama teman/keluarga.

Hasil karya para pengusaha mikro kuliner ini juga terlihat dalam aktivitas perdagangan mereka. Para pedagang ini mempertahankan mata pencahariannya sebagai pedagang kuliner dalam menghadapi perubahan masyarakat pada umumnya dan kehidupan pada khususnya. Mereka tampak mengembangkan bisnisnya sambil menarik minat masyarakat untuk menjadi pelanggan bagi produk kuliner yang mereka jual di Lajari Kab Bantul. Hal lain yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi masyarakat dalam mengembangkan kuliner sate klatak, apakah masyarakat mempunyai trik sehingga stoknya selalu ada di setiap musim. Dari beberapa alasan tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian di Kabupaten Bantul.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Dalam buku Manajemen Strategik karya Eddy Yunus (2016), kata 'strategi' berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti ketika seorang jenderal merencanakan untuk memenangkan perang. Definisi ini juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Klauswitz. Tidak mengherankan jika istilah 'strategi' digunakan di medan perang. Ketika istilah strategi pertama kali digunakan dalam militer. Secara umum, strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan. Menurut Clausewitz (2013), strategi adalah seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Porter (2012), dalam artikelnya "*Competitive Strategy*" di Harvard Business Review, menyatakan bahwa strategi adalah seperangkat tindakan atau kegiatan yang berbeda untuk memberikan nilai yang unik. Arthur A.J (2007), di sisi lain, menyatakan bahwa strategi terdiri dari kegiatan kompetitif dan pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja bisnis yang memuaskan guna mengembangkan wisata kuliner sate klatak. Oleh karena itu, terdapat beberapa aspek-aspek yang harus diperhatikan dan dikembangkan, seperti kreativitas melalui penemuan ide, keunggulan produk tiram yang berbasis seni, teknologi, seni budaya dan kerajinan, serta pariwisata yang berbasis keindahan alam. Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat dipahami bahwa strategi merupakan cara membangun keunggulan bersaing dan menjaga keberlanjutan dari ancaman eksternal dan kelemahan internal guna mencapai tujuan dari usaha kuliner sate klatak.

Masyarakat

Menurut Abdulsyani (1987) dalam bukunya *Sosiologi Kelompok dan Masalah Sosial*, kata masyarakat berasal dari *musyarak* (bahasa Arab), artinya bersama-sama, yang dijelaskannya berubah menjadi masyarakat, artinya berkumpul bersama, hidup saling mempengaruhi dan mencapai mufakat dan menjadi masyarakat (Halim, 1985: 13). Di sisi lain, Auguste Comte (dikutip dalam Abdulsyani, 2007) menyatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan makhluk hidup dengan realitas-realitas baru, yang berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri dan menurut pola-polanya sendiri. Tanpa kelompok, manusia tidak akan mampu berbuat banyak dalam kehidupan, karena masyarakat dapat membantu individualitas yang begitu khas baginya.

Soerjono Soekanto dan Soleman B. Sementara itu, menurut Soerjono Soekanto (dikutip dalam Abdulsyani, 1987), masyarakat memiliki satu ciri pokok, yaitu status sebagai suatu pergaulan hidup atau suatu bentuk kehidupan bersama manusia.

Ciri-ciri masyarakat yang disebutkan di atas sesuai dengan definisi masyarakat yang dirumuskan oleh J. L. Gillian dan J. P. Gillian, yang menyatakan bahwa masyarakat adalah sekelompok orang yang tersebar dengan adat istiadat, tradisi, sikap dan perasaan yang sama. Masyarakat juga mencakup kelompok-kelompok yang lebih kecil (dikutip dalam Abdulsyani, 2007).

Beberapa masyarakat dapat digambarkan sebagai perkumpulan kehidupan manusia, atau kelompok orang yang hidup bersama di suatu tempat dengan aturan-aturan tertentu dalam hubungan antar manusia.

Wisata Kuliner Sate klatak

a. Wisata Kuliner

Istilah wisata kuliner berasal dari bahasa asing, yang berarti 'perjalanan juru masak' (Prancis) atau 'perjalanan tentang memasak' (Inggris). Menurut International Culinary Tourism Association (ICTA), wisata kuliner adalah aktivitas makanan dan minuman unik yang dilakukan oleh semua wisatawan. Tidak seperti wisata bahari, budaya dan alam, yang dapat dijual sebagai produk wisata utama, wisata kuliner biasanya dijual sebagai produk sampingan dari pariwisata. Wisata kuliner telah menjadi populer melalui program memasak di berbagai stasiun televisi, yang telah memberikan kesempatan untuk belajar tentang makanan khas setempat. Di Indonesia yang memiliki keunikan dan keanekaragaman makanan khas daerah yang unik dan beragam serta terkenal di mancanegara, sudah selayaknya berbagai produk makanan berhasil dikemas dan dijadikan target wisata kuliner. Potensi kuliner Indonesia perlu dieksplorasi dan diharapkan dapat menarik wisatawan domestik maupun mancanegara ke destinasi destinasi tersebut.

Di era globalisasi yang sangat kompetitif, wisata kuliner merupakan salah satu atraksi lokal dan dapat digunakan sebagai platform yang efektif

untuk mempromosikan makanan dan minuman lokal kepada masyarakat internasional. Sebenarnya, tidak ada yang baru dalam wisata gastronomi. Masalah menemukan hidangan lokal bukanlah hal baru. Untuk menggoda selera, masyarakat kita secara keseluruhan senang menemukan makanan khas daerah, terutama saat mengunjungi tempat-tempat tertentu (Media Indonesia, Agustus 2007).

Di Indonesia, wisata kuliner biasanya merupakan bagian dari beberapa wisata. Apakah Anda datang sebagai kelompok atau individu, wisata gastronomi sukarela dan terorganisir adalah apa yang ingin Anda coba. Tidak mungkin mengunjungi tempat wisata tanpa mencicipi makanan lokal. Wisata gourmet bukanlah produk wisata utama, tetapi telah menjadi sub produk penunjang potensi wisata yang ada. Menurut Bahrul Hakim (2009), kita harus fokus pada bisnis kuliner di industri pariwisata Indonesia.

Dibandingkan dengan negara lain, makanan Indonesia sangat beragam. Masakan khas Indonesia sudah umum di semua daerah. Indonesia dikenal masyarakat umum karena kaya akan ragam masakan dan cita rasa yang lezat. Masakan Indonesia memiliki kelebihannya sendiri. Budaya yang berbeda dicampur, dan masakan dari masing-masing daerah digabungkan menjadi berbagai gastronomi Indonesia. Masakan Indonesia memiliki begitu banyak menu pedas, manis, asin, asam, pahit, sayur, ikan, ayam dan berbagai minuman, tidak sulit bagi orang untuk menemukan pilihan hidangan yang tepat. Tidak bisa.

b. Sate Klatak

Jenis sate satu ini memang terbilang unik. Satu porsi sate kambing muda dibakar dengan menggunakan jeruji sepeda, dan dibumbui dengan cara sederhana. Biasanya hanya dibumbui dengan garam. Terkadang sobat akan mendapatkan tambahan berupa kuah bening. Sebelum lebih jauh, yuk kita mengenali asal muasal dan sejarah sate ini. **Sate klatak** adalah sate kambing yang asal-usulnya dari kata 'klatak'. Jadi garam yang ditaburkan ke daging kambing muda akan berbunyi 'klatak-klatak-klatak' ketika dibakar. Coba sesekali amati proses pembakarannya !! Bunyi semacam itu bakal mudah sobat dengar. Di kota Jogja, Pak Pong adalah nama tempat makan sate klatak paling terkenal. Meski paling terkenal, sate Pak Pong bukanlah pionir **sate klatak** di Jogja. Konon menurut cerita yang beredar, Mbah Ambyah lah yang memiliki ide menjual sate ini. Dia adalah seorang juragan pemilik peternakan kambing, yang dulu bertempat tinggal di Jejeran, Bantul, Yogyakarta, menjual sate ini di bawah pohon Melinjo. Tak heran bila daerah Jejeran sekarang dikenal sebagai pusat **sate klatak**.

METODOLOGI

Teori Tindakan Sosial

Dari konsep-konsep di atas, penelitian ini menggunakan teori tindakan yang dikemukakan oleh Max Weber dalam memperkenalkan konsep pendekatan *verstehen* untuk memahami makna tindakan yang tidak hanya dilakukan oleh aktor, tetapi juga menempatkan diri dalam lingkungan pikiran dan tindakan orang lain. Konsep pendekatan ini mirip dengan bertindak dengan motivasi untuk memotivasi atau mencapai tujuan (Waters, 1994: 34- 35). Max Weber mengklasifikasikan perilaku sosial ke dalam empat jenis :

- a. Perilaku rasional instrumental, yaitu perilaku yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang diperhitungkan dan dikejar secara rasional oleh individu yang bersangkutan.
- b. Menghargai perilaku rasional. Perilaku yang dilakukan untuk alasan atau tujuan yang terkait dengan nilai-nilai yang dipegang secara pribadi, tanpa memperhatikan prospek yang terkait dengan keberhasilan atau kegagalan perilaku tersebut.
- c. Tindakan emosional' ditentukan oleh keadaan atau orientasi emosional individu.
- d. Perilaku tradisional yang ditentukan oleh kebiasaan yang sudah mendarah daging yang telah mengakar dari generasi ke generasi dan perilaku tradisional yang ditentukan oleh kebiasaan yang sudah mendarah daging yang telah mengakar dari generasi ke generasi (Narwoko, 2011: 18).

Max Weber mengakui bahwa keempat tipe perilaku sosial tersebut adalah tipe ideal dan hampir secara universal tidak ada dalam kenyataan. Namun, terlepas dari persoalan itu, apa yang ingin disampaikan Weber adalah bahwa perilaku sosial, apa pun bentuknya, hanya dapat dipahami menurut makna subjektif dan pola motivasi yang melekat padanya. Menurut penulis, berbicara teori Max Weber tentang tindakan sosial erat kaitannya dengan strategi penjual tiram untuk meningkatkan wisata kuliner, yaitu

- a. Tindakan rasional instrumental yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan aktor yang menerapkan strategi;
- b. Tindakan rasional berbasis nilai.
- c. Strategi untuk meningkatkan jumlah tiram yang terjual;
- d. Strategi untuk meningkatkan jumlah tiram yang terjual. yaitu tindakan yang dilakukan oleh pelaku yang menjalankan strategi penjualan dalam meningkatkan wisata kuliner dengan maksud memperoleh nilai sosial.
- e. Tindakan emosional, yaitu tindakan yang dilakukan oleh pelaku yang menjalankan strategi penjualan dengan menggunakan emosi spontan terhadap masyarakat lokal dan pengunjung tindakan tradisional.

Strategi adalah tindakan dan aktivitas yang dilakukan oleh individu dan bisnis untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Keyakinan ini meningkatkan antusiasme dan etos kerja, yang pada gilirannya mendorong perkembangan bisnis. Masih eksisnya usaha wisata kuliner tiram bakar ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti yang telah dijelaskan. Terjaminnya rasa dan kualitas tiram panggang, pengembangan produk yang terjangkau dan inovatif serta pengunjung menjadi pelanggan, pengembangan teknologi dan kerjasama dengan penjual tiram lainnya, dan meningkatnya minat pengunjung karena penjual memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung.

Dalam melakukan penelitian, perlu mengetahui dan mempelajari tentang metode penelitian. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivis, digunakan untuk penelitian pada kondisi obyek yang alamiah (tidak seperti eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposefull, snowballing, triangulasi (gabungan) metode pengumpulan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, penelitian kualitatif Hasil lebih banyak tentang makna daripada generalisasi. Tahap ini juga dapat digambarkan sebagai strategi dalam pemecahan masalah, karena dapat memberikan gambaran bagaimana pertanyaan penelitian dapat dipecahkan dan ditemukan jawabannya. Tahap lain dari penelitian ini perlu dipertimbangkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang melibatkan serangkaian kegiatan sistematis untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Gambaran umum strategi daerah untuk pengembangan wisata kuliner sate klatak di Kabupaten Bantul disediakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Penjual Sate Klatak Untuk Meningkatkan Wisata Kuliner di Kabupaten Bantul

Wisata kuliner pada dasarnya sangat diminati oleh masyarakat setempat karena makanan merupakan sumber kebutuhan dasar bagi setiap orang. Popularitas wisata kuliner diawal tahun 2000-an mengalami perkembangan yang amat sangat pesat karena terdapat suatu peran media yang ditampilkan dalam televisi dengan mengangkat suatu potensi sehingga menarik minat masyarakat untuk menikmati wisata kuliner. Wisata kuliner sangat beragam dan berbeda-beda jenisnya, sehingga memiliki tujuan utama untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang keanekaragaman masakan Indonesia agar masyarakat dapat mengenal ciri khas dari masing-masing daerah di Indonesia, salah satunya adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya terletak di Kabupaten Bantul (Moh. Mahfud Md, 2012).

Kabupaten Bantul merupakan salah satu tempat perdagangan sate klatak, dan lokasinya selalu terhubung dengan beberapa lokasi wisata diwilayah Kabupaten Bantul. Wisata kuliner ini masih dalam lingkup Usaha

Mikro Kecil Menengah , sehingga mudah dilakukan bagi penjual dengan dana awal yang sedikit dan tergolong sesuatu yang bisa dilakukan di rumah. Hidangan ini sangat dicintai oleh orang-orang dari daerah sekitarnya serta mereka yang berada di luar wilayah ini. Sate klatak tidak hanya memiliki rasa yang unik, tetapi juga memiliki manfaat yang sama baiknya dengan rasanya, seperti baik untuk kesehatan jantung, baik untuk tulang, baik untuk kesuburan wanita, meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan mencegah anemia. Oleh karena itu, untuk meningkatkan wisata Sate klatak di Kabupaten Bantul sehingga penjual sate klatak mempunyai suatu strategi yang kreatif dengan menemukan ide-ide mempromosikan di media sosial, menunjukkan keunggulan produk tiram yang berbasis seni budaya dan kerajinan serta menonjolkan kepariwisataan yang berbasis keindahan alam. Mempromosikan di media sosial Untuk meningkatkan wisata alam dan kuliner Kabupaten Bantul, penjual sate klatak menerapkan strategi penjualan, yang dalam hal ini mempromosikannya melalui jejaring sosial. Di masa lalu, penjual sate klatak mahal untuk mempromosikan dan memasarkan bisnis kuliner mereka, tetapi munculnya teknologi ini jelas telah membuka mata mereka pada kenyataan bahwa jarak tidak lagi menjadi penghalang, dan dengan bantuan media sosial tidak ada lagi geografis batasan.

Dampak dari Strategi Penjual Sate Klatak di Kabupaten Bantul

Sate klatak adalah perdagangan yang telah diwariskan secara turun temurun, dan tinggal di daerah Kabupaten Bantul dengan akses yang mudah ke jejeran dan imogiri, masyarakat pada awalnya sangat tertarik dengan perdagangan ini. Sebagian besar masyarakat yang berada di wilayah ini menjual sate klatak dalam memenuhi kebutuhan ekonominya sehingga mereka membuka sebuah usaha agar dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat itu sendiri karena berdasarkan dari suatu strategi penjualan yang sangat baik. Selain dalam peningkatan ekonomi tentunya dampak dari strategi penjual tiram yaitu terdapat suatu peningkatan pengunjung terhadap sektor pariwisata di kabupaten bantul itu sendiri.

Hal ini karena campuran wisatawan asing dan domestik, wisatawan asing dan lokal, dapat diperkirakan akan menyebabkan benturan budaya dan masalah sosial di antara mereka, terutama di antara penduduk setempat. Negara-negara dengan jumlah wisatawan asing yang tinggi hampir selalu mengalami perubahan budaya dan penurunan cara hidup tradisional. Oleh karena itu, kesepakatan bersama diperlukan untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak mengasingkan budaya dan semangat lokal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata perlu direncanakan sejalan dengan pengembangan budaya dan sosial.

Globalisasi adalah penyebab utama kebangkitan kembali identitas budaya lokal di banyak bagian dunia. Hal ini sejalan dengan pernyataan Anthony Giddens (2011) bahwa semakin homogenisasi gaya hidup masyarakat melalui globalisasi, semakin tergantung mereka pada

nilai-nilai yang lebih dalam seperti agama, seni, budaya, sastra, lembaga sosial dan adat istiadat. Demikian pula, dari perspektif lokal, ketika dunia menjadi lebih homogenisasi, tradisi endogen menjadi semakin penting. Di Indonesia, nilai strategis budaya lokal telah memberikan dorongan bagi berbagai daerah untuk mengembangkan potensi lokalnya dalam pengembangan pariwisata, termasuk makanan. Namun demikian, perlu juga diperhatikan bahwa aset alam dan budaya, termasuk makanan tradisional, perlu dilindungi dan dilestarikan sehingga menjadi daya tarik bagi destinasi pariwisata nasional dan internasional. Salah satunya telah dipatenkan untuk menghindari kemungkinan diklaim sebagai properti budaya di negara lain. Jika dikaitkan dengan hasil yang telah ditemukan (Siti Magfirah, 2021) terdapat hasil penelitian yang tidak jauh berbeda yaitu membuat konsep wisata edukasi yang menarik, membuat tarif paket eduwisata untuk mempermudah mengunjungi dalam memilih kegiatan edukasi jamur tiram yang diinginkan dan mempertahankan daya tarik pengunjung. Alternative strategi menggunakan suatu analisis membuat wisata edukasi yang sangat menarik yang berbasiskan pada keindahan alam.

Bila dikorelasikan dengan teori Max Weber tentang tindakan sosial tersebut sangat erat kaitannya dengan dampak dari strategi penjual tiram dalam meningkatkan wisata kuliner yaitu:

- a. Tindakan rasional bersifat instrumental yang dimana aktor mencapai suatu tujuan-tujuan yang diinginkan seperti peningkatan pendapatan serta banyaknya pengunjung yang datang
- b. Tindakan rasional berdasarkan nilai yaitu aktor dalam melakukan dampak dari strategi penjualan dalam meningkatkan wisata kuliner dengan maksud untuk mendapatkan nilai masyarakat,
- c. Tindakan afektif yaitu aktor menggunakan sebuah perasaan sehingga apa yang mereka inginkan dapat tercapai seperti peningkatan pendapat, dan
- d. Tindakan tradisional, yang dimana dampak strategi penjual tiram bakar dapat meningkatkan pendapatan mereka.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari kajian tentang strategi daerah dalam pengembangan kuliner sate klatak di Kabupaten Bantul, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pedagang dalam mengembangkan kuliner sate klatak antara lain: mempunyai suatu strategi yang kreatif dengan menemukan ide-ide mempromosikan di media sosial, menunjukkan keunggulan produk sate klatak yang berbasis seni budaya dan kerajinan serta, menonjolkan kepariwisataan yang berada di wilayah Kabupaten bantul.

Selain itu, terdapat pula dampak dari strategi penjual sate klatak di kabupaten bantul yang begitu dirasakan oleh masyarakat itu sendiri yaitu peningkatan pendapatan ekonomi yang dimana sebelum mereka membuka usaha sate klatak banyak masyarakat yang serba kekurangan akan tetapi semua itu bisa tertutupi berkat kekuatan usaha menjual sate klatak

sebagai destinasi wisata kuliner, serta terdapat pula peningkatan pengunjung dalam sector pariwisata.

Berdasarkan hasil-hasil studi yang disajikan dalam bab sebelumnya, dapat dikemukakan saran-saran berikut ini:

Untuk para penjual, ini tentang mempromosikan penjualan lebih antusias, memanfaatkan jejaring sosial yang ada lebih banyak untuk mempromosikan produknya secara online, dan membuat orang lebih tertarik dengan produk kuliner yang mereka jual. Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Mencari informasi yang akurat melalui sumber atau informasi yang benar-benar tahu apa yang ingin kita pelajari dan mampu melakukan observasi lapangan secara langsung.

PENELITIAN LANJUTAN

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, dan bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dari peneliti sendiri. Oleh karena itu, untuk kesempurnaan artikel, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih Untuk Universitas Widya Mataram jajaran Dosen Dan Pembimbing Rekan - Rekan Magister Hukum Angkatan pertama UWMY atas partisipasinya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M.K. (2015). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Lengkap Terbaru*. Jakarta: Sandro Jaya

(2007). *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Abdulsyani. 2006. *Masyarakat Dinamika Kelompok dan Implikasi Kebudayaan dan Pembangunan*. Bandar Lampung: Skripsi. Universitas Lampung.

Arifin Jamaluddin, Dkk. (2019). *Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi*. Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Arisandi Herman (2015). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi Dari Klasik Sampai Modern*. Skripsi. Yogyakarta: IRCiSoD.

Ahmad Rojali. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kakilima Pajak Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai*. Skripsi Universitas Islam bNegeri Sumatra Utara Medan

- Bungin Burhan (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke arah Ragam Varian Kontemporer*. Jurnal. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cristina, Ahmadin. (2018) *Usaha Kuliner Tiram di Kelurahan Coppo Kabupaten Barru*. Skripsi. *Universita Negeri Makassar*
- Damsar. (2011). *Pengantar sosial ekonomi*. Jurnal Jakarta: kencana prenatal media group
- Erik Besra. (2012). *Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang*. *Jurnal Universitas Andalas Padang*.
- Hamid, hendrawati. (2018). *Manajemen pemberdayaan masyarakat*. Jurnal. Makassar: De La Macca.
- Irwan. (2016) *Strategi bertahan hidup perempuan buah-buahan (Studi perempuan di pasar raya Padang Kecamatan Padang raya Kota Padang Provinsi Sulawesi Barat)*. *Jurnal Humanus*. Vol (XIV) 2.
- Marya Ulfa. (2018). *Usaha Tiram Di Kelurahan Coppo Kecamatan Barru Kabupaten Bantul*. *Jurnal Universitas Negeri Makassar*.
- Nursalam, Dkk. (2016). *Teori Sosiologi Klasik, Modern, Saintifik, Hermeneutik, kritis, Evaluatif, dan Integratif*. Yogyakarta: Penerbit Writing Revolution.
- Pendidikan Sosiologi. (2019). *Panduan Penulisan proposal dan Skripsi*. 70
- Porter, Michael, E. (2008). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: jurnal. Karisma publishing group.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jurnal. Jakarta: PT. Gramedia pustaka Utama.
- Restrivianto Andika Putra. (2005). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Samaran Di pantai Sawarna)*. Skripsi. *Unisversitas padjadjaran*.
- Rumyati Eva. (2020). *Peran Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*. Skripsi *Universitas Negeri Tulugagung*

Ratih Anggriani. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Melalui Analisis Swot Ditinjau Dari Ekonomi Islam, program Ekonomi Syariah. *Institusi Agama Islam Negeri (LAIN) Bengkulu*. Jurnal. Bengkulu

Soekanto, Soerjono. 1993. *Kamus Sosiologi*. Jakarta : Rineka Cipta.
Setiawan Anggito. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. *Books google.com*

Syah, Ali, (2006). Strategi pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat PASS (Waterpark) Pasir Wangi Kab.

Sri Wahyuningsih. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandala Kabupaten Lombok Tengah. Skripsi. *Universitas Mataram*

Tutik arifih. (2011). Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Skripsi. *Universitas Negeri Semarang*.

Tio Astri Aulia Matondong. (2019). Pengembangan Industri Kuliner Pada Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy. Skripsi. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Bisnis. (2017). *Pengertian Pengembangan Bisnis Menurut Ahli (Online)* [http://pbisnis07.blogspot.com/2017/01/pengertian-pengembangan-bisnis-menurut.html? m=1](http://pbisnis07.blogspot.com/2017/01/pengertian-pengembangan-bisnis-menurut.html?m=1), diakses 20 Oktober 2020.

Hani. (2008). Strategi Pengembangan Kedisiplinan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Olak-Alen Selorejo Blitar. Skripsi. *Universitas Islam Negeri Malang*.

<https://sibakuljogja.jogjapro.go.id/pasarkotagedeyia/blog/2022/08/11/sate-klatak/>

<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=3701>