



## Potensi Usaha Kuliner Asli Daerah Dalam Menunjang Pariwisata Di Provinsi Bengkulu

Suswati Nasution<sup>1</sup>, Rinto Noviantoro<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu, Jalan Meranti Raya No. 32 Sawah Lebar Bengkulu

Email: [suswatinasution@unived.ac.id](mailto:suswatinasution@unived.ac.id); [noviantororinto@gmail.com](mailto:noviantororinto@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis potensi usaha kuliner asli daerah dalam menunjang pariwisata di Provinsi Bengkulu, dalam menganalisis potensi tersebut, penelitian difokuskan pada beberapa daerah wisata yang ada di Provinsi Bengkulu, dengan melihat perkembangan usaha kuliner yang meramaikan objek wisata yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi yang di terapkan pengusaha makanan asli daerah agar makanan yang di produksinya dapat dikenal secara luas di masyarakat serta berperan dalam menunjang perkembangan pariwisata di Provinsi Bengkulu. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif (*descriptive research*) dengan menggunakan data primer dan sekunder. Metode analisa data adalah deskriptif kualitatif. Dalam melakukan analisa data dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder maupun data primer. Data sekunder diperoleh dari Pemerintah Provinsi Bengkulu, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu dan Biro Pusat Statistik. Data primer diperoleh dengan mewawancarai langsung dengan pengunjung wisata, pedagang atau pengusaha makanan khas daerah Bengkulu. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menaikkan potensi makanan asli khas daerah, dan dijadikan sebagai strategi peningkatan kunjungan pariwisata di Provinsi Bengkulu, sehingga Pemerintah Daerah dapat lebih berbenah diri mempersiapkan segala aspek yang dapat menunjang peningkatan kunjungan wisatawan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis Swot sebagai alat yang digunakan untuk menentukan strategi penggalian potensi. SWOT sendiri kepanjangan dari *strength*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*, yang berarti pengidentifikasian kekuatan dan kelemahan secara internal dari sesuatu serta kesempatan dan ancaman yang datang dari lingkungan sekitar usaha atau bisnis yang dijalankan (faktor eksternal), yang akan memberikan solusi terhadap penggalian potensi kuliner yang diteliti.

Kata kunci : Usaha\_Kuliner\_Daerah\_Pariwisata\_SWOT.

### ABSTRACT

*This study analyzes the potential of indigenous regional culinary business in supporting tourism in Bengkulu Province, in analyzing this potential, the research is focused on several tourist areas in Bengkulu Province, by looking at the development of culinary efforts that enliven the tourism objects studied. The purpose of this study is to find out the strategies applied by native food entrepreneurs so that the food produced can be widely known in the community and play a role in supporting the development of tourism in Bengkulu Province. This research is descriptive research (descriptive research) using primary and secondary data. The method of data analysis is qualitative descriptive. In conducting data analysis is done by collecting secondary data and primary data. Secondary data was obtained from the Bengkulu Provincial Government, Bengkulu Province Tourism Office and the Central Bureau of Statistics. Primary data is obtained by interviewing directly with tourist visitors, traders or entrepreneurs of typical Bengkulu food. With this research, it is expected to be able to increase the potential of native regional specialties, and serve as a strategy to increase tourism visits in Bengkulu Province, so that the Regional Government can improve itself to prepare all aspects that can support increased tourist visits. The analytical tool used in this research is by using Swot analysis as a*



*tool used to determine potential exploration strategies. SWOT itself stands for strenght, weaknesses, opportunities, and threats, which means identifying internal strengths and weaknesses of things and opportunities and threats that come from the environment around the business or business being run (external factors), which will provide solutions to explore culinary potential researched.*

*Keywords: Usaha\_Kuliner\_Daerah\_Pariwisata\_SWOT.*

## 1. Pendahuluan

Bengkulu merupakan salah satu Provinsi di Sumatera yang sedang bergiat menggalakkan dan mengembangkan potensi pariwisata yang dimilikinya. Berbagai upaya sedang di lakukan pemerintah daerah agar objek wisata yang ada di Propinsi Bengkulu makin ramai dikunjungi para wisatawan, baik wisatawan domestik, maupun mancanegara. Dukungan masyarakat, sangat diperlukan dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan ini, selama ini masyarakat memang dituntut untuk berpartisipasi nyata dalam menggalakkan geliat sektor pariwisata, peran masyarakat dapat terlihat dengan makin banyaknya gerai yang menunjang pariwisata seperti, kedai makanan, kedai souvenir, kedai pakaian, maupun pernak-pernik yang membuat betah wisatawan untuk berkunjung dan datang kembali ke Bengkulu.

Salah satu hal menarik yang tidak terlepas dari perkembangan pariwisata adalah wisata kuliner, dimana wisatawan tidak puas jika belum menikmati sajian kuliner di daerah yang mereka kunjungi. Makanan asli daerah atau khas daerah, masih menjadi primadona untuk disantap maupun untuk oleh-oleh, seperti yang sudah kita kenal misalnya aneka kerupuk olahan ubi ( salah satunya kerupuk sanjai) yang merupakan cemilan khas daerah Padang serta santapan makanan sate khas Padang, Bakpia dan santapan gudeg khas Jogjakarta, peuyem oleh-oleh khas Bandung, empek-empek dari Palembang. Dan masih banyak lagi dari daerah lain, yang apabila disebutkan nama makanannya orang langsung tahu dari mana makanan tersebut berasal.

Ciri khas daerah ini juga dapat kita jumpai pada rumah makan yang menyajikan menu khas daerah yang tentunya bertujuan menggoyang lidah para wisatawan. Makanan khas daerah yang terkenal menggoyang lidah di Propinsi Bengkulu banyak ragamnya, diantaranya : lempok durian, dodol durian, pulut punai, kue tat, kue cucur, kopi asli Bengkulu, beragam makanan olahan ikan laut dan minuman khas Bengkulu jeruk kalamansi. Kesemua makanan ini memiliki potensi yang sangat besar yang dapat memancing rasa kangen wisatawan untuk datang dan kembali berkunjung ke Propinsi Bengkulu.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) atau analisis SWOT terhadap potensi usaha kuliner asli daerah, dan mencari keunggulan diantara jenis usaha kuliner tersebut untuk lebih difokuskan dan dipromosikan sebagai ciri khas daerah, sehingga wisatawan langsung tahu, jika disebutkan tempat asal atau makanan tersebut darimana, mereka bisa menjawab dari daerah mana kuliner tersebut berasal.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu maksud, atau mencari keuntungan, berusaha dan Bekerja dengan giat untuk mencapai sesuatu (Suryana,2008). Secara umum usaha diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau

rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Dalam usaha terdapat dua kegiatan yaitu produksi dan pemasaran. Produksi merupakan hasil usaha manusia yang menciptakan barang yang tidak ada menjadi ada, atau disebut juga dengan mengadakan perubahan bentuk atau mengembangkan bahan-bahan alam sehingga akhirnya memiliki sifat yang dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Usaha yang dirintis harus memiliki prospek yang cerah kedepannya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia prospek adalah peluang atau harapan, pandangan (kedepan), pengharapan (memberi), harapan baik, kemungkinan. Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi dan komunikasi. Dalam ilmu ekonomi prospek merupakan gambaran untuk masa yang akan datang, apakah usaha yang kita jalankan itu akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan atau malah sebaliknya karena tidak adanya permintaan atau tidak adanya promosi sehingga konsumen tidak mengetahui keberadaan produk yang dihasilkan.

## 2.2. Strategi

Dalam melihat potensi suatu usaha, diperlukan suatu strategi yang menganalisa berbagai hal yang berkaitan dengan usaha. Mencakup Analisa lingkungan internal dan eksternal. Analisa lingkungan internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis organisasi/perusahaan, mencari faktor-faktor yang penghambat dan mendukung strategi pengembangan, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif. Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu dari perspektif apa yang ingin dilakukan oleh suatu organisasi (*interns to do*) dan dari perspektif apa yang akhirnya dilakukan oleh organisasi (*eventuality does*).

Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil mungkin akan bersifat subyektif berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. Strategi merupakan alat yang sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan dalam keadaan masa depan yang tidak pasti dan tidak jelas. Dengan Strategi kita dapat meminimalkan kemungkinan kegagalan dan memaksimalkan keberhasilan dalam mencapai tujuan.

Menurut Husen (2001), “pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman). Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan, tingkat inflasi, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman. Dapat dilihat perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Menurut Siagian (1977) dalam Nanda (2002), langkah awal proses perencanaan strategis adalah “*penilaian*” yang meliputi penilaian kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Organisasi. lingkungan internal merupakan suatu proses untuk menialai faktor-faktor keunggulan strategis organisasi untuk menentukan dimana kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan lingkungan dan menghadapi hambatannya. Mengembangkan profil sumberdaya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana

industri dapat membangun strategi untuk mengeksploitasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan.

Kondisi lingkungan eksternal yang tidak pasti mengharuskan organisasi menyusun strategi yang tepat terhadap pengembangan investasi bisnis, karena lingkungan eksternal tersebut sebagian besar tidak dapat dikendalikan, menganjurkan langkah-langkah yang perlu diambil untuk memperkirakan peluang serta ancaman lingkungan eksternal adalah ”mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan, mengamati perubahan secara global” (Reksohadiprojo 1982), Lingkungan tersebut dan memperkirakan dampak kumulatif terhadap karakteristik industri.

### 2.3. Pariwisata

Menurut *Lundberg* yang dikutip oleh *Semuel Hatane*, (2007) menjelaskan bahwa kepariwisataan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya dan perusahaan-perusahaan yang melayani dengan cara memperlancar atau mempermudah perjalanan atau membuatnya lebih menyenangkan. Sebagai suatu konsep, pariwisata dapat ditinjau dari berbagai segi yang berbeda. Pariwisata dapat dilihat sebagai suatu kegiatan melakukan perjalanan dari rumah dengan maksud tidak melakukan usaha atau hanya kegiatan bersantai.

Menurut UU No 9 tahun 1990 pasal 1 pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha ojek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi hal-hal berikut :

1. semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata
2. pengusaha objek wisata dan daya tarik wisata seperti kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah, museum, waduk, pertunjukan seni dan budaya, tata kehidupan masyarakat, dan bersifat alamiah seperti keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai indah dan sebagainya
3. pengusaha jasa dan sarana pariwisata yaitu usaha jasa pariwisata, usaha sarana wisata ( akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata, kerajinan daerah) dan usaha-usaha yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

## 3. Metode Penelitian

### 3.1. Jenis Penelitian

Dilihat dari tujuan penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan merupakan Penelitian Deskriptif. Sukmadinata (2006:72) menjelaskan penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Menurut Sugiyono (2010:2006), penelitian deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan secara umum.

### 3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Agustus 2019, dimana pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2018 telah dilakukan survey awal penelitian. Tempat dilaksanakan penelitian adalah seluruh Objek wisata yang ada di kotamadia Bengkulu antara lain Pantai Panjang, Benteng Malborough, Pulau Tikus,

Taman Wisata Hutan Mangrove, sungai suci dan beberapa Objek Wisata yang ada di Kabupaten di Provinsi Bengkulu ( Muko-Muko, Kepahiang-Curup dan Kaur ) seperti Suban air panas dan Pantai Linau. Penelitian dilaksanakan selama kurang lebih 200 hari, 90 hari survey, penyebaran kuesioner, dan pengisian data, sisanya pengolahan data dan penyusunan laporan akhir penelitian, data di peroleh dengan memberikan kuesioner kepada masyarakat sebanyak 200 Orang, 100 wisatawan, 50 orang pengusaha kuliner, 20 orang Dinas Pariwisata, 30 orang masyarakat yang berdomisili sekitar daerah wisata.

### 3.3. Metode Penentuan Sampel

Arikunto (2002:17) mengatakan bahwa: “Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.” Lebih lanjut Arikunto menjelaskan bahwa kata sampling berarti “mengambil sampel” atau mengambil sesuatu bagian populasi atau semesta sebagai wakil (representasi) populasi atas semesta itu. Yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Faktor Internal Responden terdiri dari : 50 orang pengusaha kuliner, 20 orang Dinas Pariwisata, 30 orang masyarakat yang berdomisili sekitar daerah wisata, 80 orang wisatawan.
2. Faktor Eksternal Responden terdiri dari 20 orang wisatawan luar Bengkulu.  
Adapun metode yang digunakan adalah metode accidental sampling yaitu metode pengambilan sampel dengan cara menentukan responden sesuai dengan tujuan yang akan diteliti.

### 3.4. Variabel Penelitian

Variabel yang akan diteliti dari potensi usaha kuliner asli daerah diantaranya adalah: makanan khas dari laut, makanan khas olahan dari laut, makanan khas olahan dari tepung, makanan khas olahan dari buah ( Variabel Bebas ). Dimana dari sekian banyak makanan tersebut mana makanan yang paling berpengaruh dalam menunjang pariwisata di Provinsi Bengkulu ( Variabel terikat ).

**Tabel 1. Data Populasi dan Sampel Penelitian**

<i>Informan</i>	<i>Populasi (orang)</i>	<i>Sampel (orang)</i>
Pengusaha Kuliner	100	50 orang
Dinas Pariwisata	50	20 orang
Masyarakat sekitar	100	30 Orang
Wisatawan Domestik	200	80 orang
Wisatawan Luar Daerah	50	20 orang
<b>JUMLAH</b>		200 orang

*Sumber : Hasil Olahan Peneliti berdasarkan teknik Quota sampling 2018*

### 3.5. Definisi Operasional

1. Potensi Usaha adalah segala hal yang dapat digali oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatannya dalam memperluas usaha.
2. **SWOT (strength-weakness-opportunity-treath)** adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal (kekuatan dan kelemahan), dan kondisi eksternal (peluang dan ancaman) yang diterapkan para pengusaha untuk menggali potensi usaha yang ada.

3. Kekuatan merupakan setiap faktor/kondisi positif yang berasal dari dalam (Internal) yang mempunyai daya dukung yang kuat dalam menunjang upaya peningkatan usaha kuliner asli daerah.
4. Kelemahan merupakan setiap faktor/kondisi negatif yang berasal dari dalam (Internal) yang menghambat upaya Pencapaian peningkatan usaha kuliner.
5. Peluang merupakan setiap faktor/kondisi positif yang berasal dari luar (Eksternal) yang mendorong percepatan usaha.
6. Ancaman merupakan setiap faktor/kondisi negatif yang berasal dari luar (Eksternal) yang menghambat percepatan usaha.

### 3.7. Sumber Data

Sumber data Penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dengan cara/teknik sebagai berikut:

1. Teknik *Observasi*, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung keadaan objek di lapangan, yaitu faktor-faktor Analisis Potensi Usaha Kuliner Asli Daerah Dalam Menunjang Pariwisata Di Provinsi Bengkulu
2. Teknik Kuesioner (data primer), yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis yang bersifat tertutup karena pilihan jawaban telah ditentukan kepada orang yang menjadi responden.

Pengambilan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, yaitu dengan melakukan pengkajian terhadap data-data yang tersedia Dinas pariwisata Provinsi Bengkulu.

### 4. Hasil dan Pembahasan

Provinsi Bengkulu terletak diantara 2°- 16° - 3°-31° Lintang Selatan dan 101°- 110° - 103°-41° Bujur Timur, terletak di Pantai Barat Pulau Sumatera, Provinsi ini dilintasi oleh pegunungan Bukit Barisan yang membujur dari Utara hingga bagian Selatan Pulau Sumatera. Sebelah Utara, berbatasan dengan Provinsi Sumatera Barat, sebelah Selatan berbatasan dengan Lampung dan Samudera Hindia, disebelah Barat berbatasan dengan Samudera Indonesia, sedangkan sebelah Timur berbatasan dengan Sumatera Selatan dan Jambi.

Provinsi Bengkulu dengan ibukotanya Bengkulu, berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia, dengan garis pantai sepanjang  $\pm$  433 Km. Bagian Timur tanahnya berbukit-bukit dengan dataran tinggi yang subur, sedangkan bagian barat merupakan dataran rendah yang relatif sempit, dari utara ke Selatan di selang- selingi daerah yang bergelombang. Provinsi Bengkulu memiliki luas wilayah 1.978.870 ha atau 19.788,7 Km<sup>2</sup>, yang secara administrasi terdiri dari 9 Kabupaten dan 1 Kota yaitu Kab. Muko-Muko, Kab. Bengkulu Utara, Kab. Bengkulu Tengah, Kab. Lebong, Kab. Rejang, Lebong, Kab. Kepahiang, Kab. Seluma, Kab. Bengkulu Selatan, Kab. Kaur, dan Kota Bengkulu (<http://pariwisata.bengkuluprov.go.id>).

Potensi kuliner dalam menunjang pariwisata di Provinsi Bengkulu sangat menjanjikan, dan mempunyai harapan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pariwisata. Potensi usaha kuliner yang dapat dikembangkan diantaranya aneka jenis makanan laut, aneka olahan makanan dari buah-buahan lokal dan aneka makanan yang terbuat dari tepung. Makanan yang dijadikan oleh-oleh atau buah tangan para wisatawan baik yang datang dari daerah lain maupun wisatawan lokal sebagai tanda telah mengunjungi Kota Bengkulu dan daerah kabupaten diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Lempok Durian
2. Kue Bay Tat

3. Pulut Punai
4. Manisan terung
5. Manisan belimbing
6. Sirup kalamansi
7. Rengginang
8. Jagung marning
9. Aneka kerupuk singkong
10. Ikan asin
11. Rendang lokan
12. Sate kerang
13. Pendap
14. Kopi Bengkulu
15. Kopi Curup
16. Dodol khas Bengkulu
17. Aneka makanan olahan ikan

Sedangkan objek wisata yang ada di Provinsi Bengkulu diantaranya :

1. Pantai Panjang
2. Taman wisata hutan mangrove
3. Sungai suci
4. Benteng Malborough
5. Rumah Bung Karno
6. Rumah Ibu Fatmawati
7. Danau Gedang
8. Kebun the kabawetan
9. Taman Bunga Curup
10. Suban air panas
11. Air terjun curuq embun
12. Pantai linau
13. Air terjun tangga seribu

Banyaknya tempat wisata yang ada, kondisinya masih sangat alami, masyarakat belum banyak yang menyadari bahwa potensi usaha kuliner dapat menunjang perkembangan pariwisata yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Perkembangan sektor pariwisata menjadi perhatian dalam pembangunan di provinsi Bengkulu. Hal tersebut tercermin dari kebijakan pemerintah daerah dalam menggali dan mengembangkan objek wisata yang ada di daerah. Dalam memperkenalkan dan menggalakkan wisata, pemerintah telah melakukan beberapa upaya seperti promosi wisata, pembangunan sarana dan prasarana menuju tempat wisata, dan penyediaan akomodasi yang memadai berupa hotel dan akomodasi lainnya.

Usaha kuliner yang tumbuh hanya meniru dan mempromosikan kuliner yang sudah ada dan berkembang. Lingkungan yang dihadapi oleh para pelaku usaha kuliner di Provinsi Bengkulu terdiri dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal, lingkungan eksternal biasanya sangat sulit dikendalikan. Termasuk didalamnya adalah adanya ancaman dan peluang usaha yang muncul dari pihak lain. Sedangkan lingkungan internal adalah faktor pendukung dari dalam termasuk diantaranya dukungan dari pemerintah setempat.

**Tabel 2. Analisa factor eksternal potensi usaha kuliner di Provinsi Bengkulu**

Faktor eksternal Peluang	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1. Keuntungan yang tidak terbatas	0.54	0.103	3	0.31
2. Kemudahan regulasi mendirikan usaha	0.86	0.145	5	0.73
3. Bahan Baku yang berlimpah	0.88	0.149	4	0.74
4. Banyaknya wisatawan yang berkunjung	0.80	0.138	5	0.69
5. Bertambahnya destinasi wisata yang baru	0.80	0.149	5	0.74
6. Makanan masih menjadi primadona kunjungan wisatawan	0.90	0.153	5	0.76
7. Lingkungan usaha yang mendukung	1	0.64	5	0.82
<b>Total</b>		1		
Ancaman				
1. Naiknya harga bahan baku	1	0.164	5	0.82
2. Mahalnya transportasi	0.80	0.138	5	0.69
3. Kerbersihan lingkungan	0.54	0.103	3	0.31
4. Banyaknya usaha yang sejenis	0.86	0.145	5	0.73
5. Rendahnya kunjungan wisatawan	0.80	0.138	5	0.69
6. Modal usaha yang minim	0.90	0.153	5	0.76
7. Kurangnya promosi	0.88	0.149	4	0.74
		1		

**Tabel 3. Analisa faktor internal potensi usaha kuliner di Provinsi Bengkulu**

Factor eksternal Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1. SDM yang berlimpah	0.90	0.153	5	0.76
2. Inovasi sangat bisa dilakukan dalam kemasan maupun pengolahan	0.86	0.145	5	0.73
3. Modal yang tidak terlalu besar	0.88	0.149	4	0.74
4. Bahan baku yang murah	0.86	0.145	5	0.73
5. Izin usaha yang sangat mudah	0.80	0.138	5	0.69
6. Tehnologi informasi yang mendukung	1	0.164	5	0.82
7. Sarana dan prasarana yang mendukung	0.54	0.103	3	0.31
<b>Total</b>		1		
Kelemahan				
1. Aneka makanan yang sama	0.54	0.103	3	0.31
2. Kemasan yang kurang memadai	0.86	0.145	5	0.73
3. Kerbersihan lingkungan wisata yang tidak terjaga	0.54	0.103	3	0.74
4. Banyaknya usaha yang sejenis	0.86	0.145	5	0.73

5. Mental usaha yang lemah	0.80	0.138	5	0.69
6. Perencanaan usaha yang kurang	0.90	0.153	5	0.76
7. Modal usaha untuk konsumsi	0.88	0.149	5	0.74
		1		

## 6. Simpulan

Dari informasi yang di peroleh, maka dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner Provinsi Bengkulu mempunyai prospek yang sangat bagus untuk di kembangkan, dengan memaksimalkan kekuatan yang ada, mengatasi ancaman yang datang dan para pengusaha dapat menangkap peluang maka kelemahan yang ada dapat dicari solusi terbaik untuk mengatasinya. Pemerintahpun sangat mendukung perkembangan usaha kuliner, karena pemerintah menyadari tanpa usaha kuliner sebaik dan sebgas apapun tempat wisata, tidak akan dapat menunjang perkembangannya.

## 5. Persembahan

Direktorat Riset dan Pengembangan Masyarakat-Kemenristek Dikti Republik Indonesia.  
Hibah Penelitian Dosen Pemula Tahun Anggaran 2019.

## 6. Referensi

- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Prakti*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajmen Risiko*. Bandung. Alfabeta
- Kotler, Philip. Di terjemahkan oleh Wasana, Jaka. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Buku 1. Jakarta.Erlangga
- Rangkuti, Freddy.2006. *Analisis SWOT Tehnik membedah kasus bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad ke 21* Jakarta:Gramedia pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitati, dan R & D*. CV. ALFABETA: Bandung
- Semuel Hatane, 2007. Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia dan Gender terhadap prilaku pembelian Impulsif ( Studi Kasus Produk Wisata), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Universitas Kristen Petra.
- Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis,Kiat dan Proses Menuju Sukses*, ( Jakarta: Salemba Empat,2008).Cet. ke-4, h.7
- Panji, 2010, *Analisis SWOT* dan penetapannya dalam organisasi.