

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Jalur wisata merupakan salah satu titik vital dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata suatu daerah. Jalur ini tidak hanya berfungsi sebagai akses menuju destinasi wisata, tetapi juga menjadi tempat di mana wisatawan berinteraksi dengan fasilitas penunjang lainnya seperti tempat peristirahatan, warung makan, toko oleh-oleh, dan layanan umum lainnya. Menurut Juliana ketersediaan fasilitas yang baik, termasuk tempat kuliner yang nyaman dan memiliki konsep menarik, sangat penting untuk meningkatkan daya tarik wisata dan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung [1].

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua jalur wisata dilengkapi fasilitas kuliner yang menarik dan layak. Banyak warung makan di jalur wisata dibangun secara seadanya, tanpa perencanaan desain, konsep, maupun pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi wisatawan modern. Akibatnya, meskipun berada di lokasi strategis, warung-warung tersebut gagal menarik perhatian pengunjung dan tidak mampu memberikan pengalaman kuliner yang menyenangkan.

Tren saat ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak lagi hanya mencari makanan untuk mengisi perut, melainkan juga mencari pengalaman visual, suasana nyaman, serta tempat yang layak diabadikan dan dibagikan di media sosial. Menurut Septa konsumsi kuliner di kalangan generasi muda lebih fokus pada daya tarik visual, pengakuan sosial, dan pembentukan identitas diri, yang

sangat terkait dengan teori gaya hidup dan teori identitas sosial [2]. Ditambah lagi, keberadaan warung makan yang sekadar menyajikan makanan tanpa konsep akan menjadi kurang kompetitif. Ditambah lagi, keberadaan warung makan yang sekadar menyajikan makanan tanpa konsep akan menjadi kurang kompetitif.



Gambar 1 Tampak Depan Warung Maharrani

Warung Lesehan Maharrani hadir sebagai respons terhadap kurangnya tempat makan yang nyaman dan menarik di jalur wisata Songgon, Banyuwangi. Dengan memadukan suasana alami dan konsep visual yang estetis, Warung Maharrani mencoba memberikan pengalaman kuliner yang lebih dari sekadar konsumsi makanan. Menurut Adistiyani kualitas makanan dan pelayanan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, di mana kualitas makanan mencakup kemampuan untuk menciptakan cita rasa dan memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen [3].



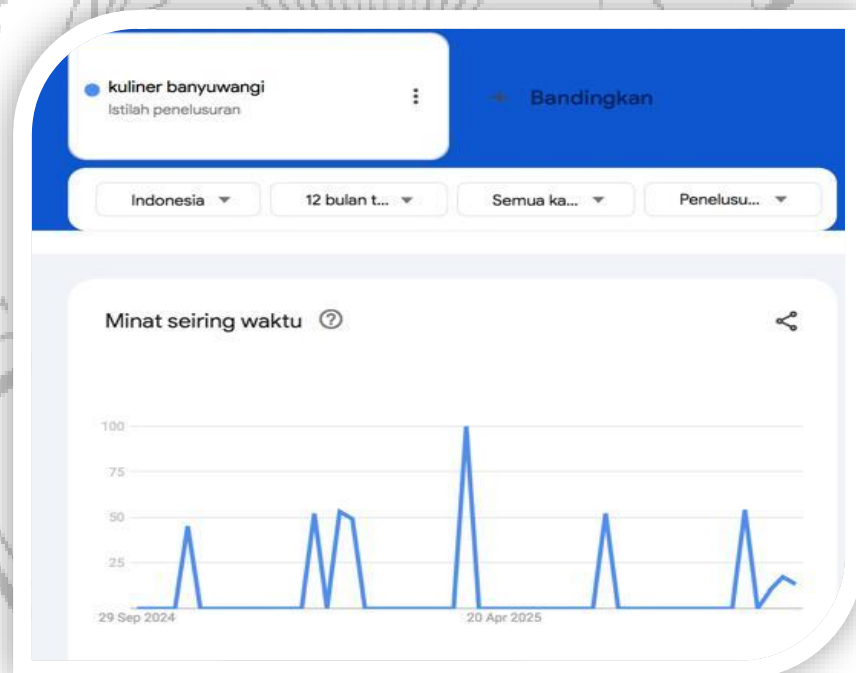
Gambar 2 Tampilan Interior dan Pelanggan di Warung Maharrani

Penerapan strategi pemasaran digital turut memperkuat kehadiran Warung Maharrani di tengah persaingan. Dalam era digital, media sosial menjadi alat efektif untuk membangun citra dan menarik minat konsumen. Kotler menyatakan bahwa Digital marketing memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien, serta menciptakan kesempatan untuk interaksi yang lebih dinamis dan promosi visual yang menarik [4].

Selain itu, kualitas pelayanan juga sangat penting dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Menurut Sitorus, pelayanan yang cepat, ramah, dan akurat akan menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak pada reputasi dan keberlanjutan usaha. Warung Maharrani berupaya menghadirkan pelayanan yang menyenangkan dan profesional, sehingga pengunjung tidak hanya merasa puas, tetapi juga terdorong untuk kembali atau merekomendasikan kepada orang lain [5].

Dengan demikian, pengembangan usaha kuliner seperti Warung Lesehan Maharrani tidak hanya menjadi solusi atas kurangnya fasilitas di jalur wisata, tetapi juga menjadi wujud nyata dari kewirausahaan inovatif yang mengedepankan kenyamanan, estetika, pelayanan, dan promosi digital sebagai strategi utama dalam menarik wisatawan.

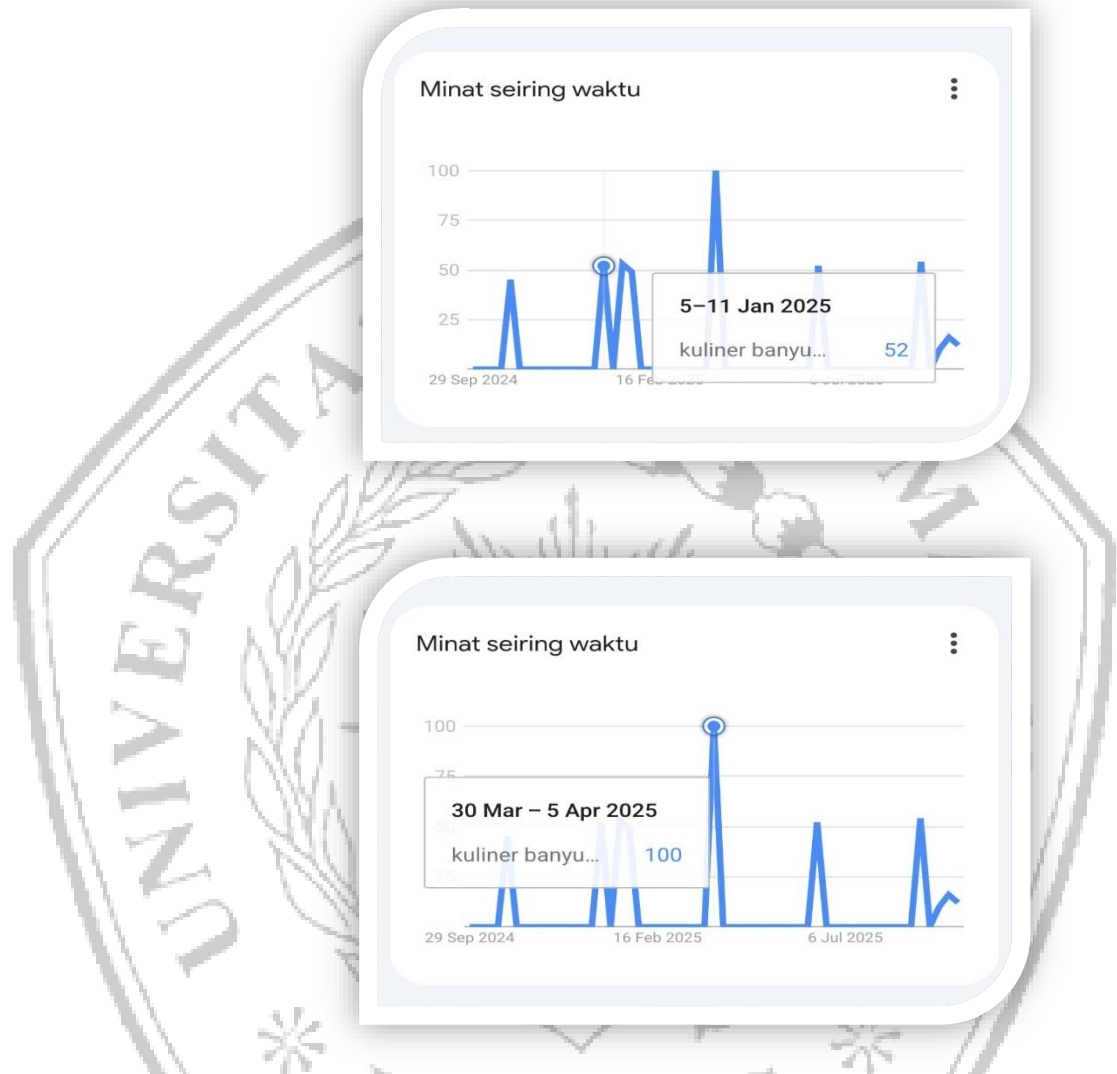
Dalam beberapa tahun terakhir, Banyuwangi tidak hanya dikenal karena keindahan alam dan potensi wisatanya, tetapi juga karena ragam kuliner khas daerah yang mulai banyak diminati. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat tingkat ketertarikan masyarakat terhadap kuliner Banyuwangi adalah melalui platform Google Trends.



Gambar 3 Keyword “Kuliner Banyuwangi” Melalui Google Trends Sept 2024- Sept 2025”

Data Google Trends pada Gambar 3 memberikan gambaran nyata mengenai pola pencarian masyarakat terhadap kata kunci “kuliner Banyuwangi” selama satu tahun terakhir. Grafik tersebut menunjukkan bahwa

minat pencarian bersifat fluktuatif (tidak stabil), dengan adanya lonjakan pada periode tertentu dan penurunan pada periode lainnya.



Gambar 4 Keyword “Kuliner Banyuwangi” Melalui Google Trends (Des 2024 dan April 2025)”

Secara lebih rinci, pada periode September 2024 hingga September 2025, minat masyarakat terhadap kata kunci “kuliner Banyuwangi” meningkat pada bulan Desember, sedikit menurun pada Januari dan Februari, kemudian mencapai puncaknya pada bulan April. Setelah itu, tren kembali mengalami penurunan di bulan-bulan berikutnya.

Table 1 Rekap Penjualan Warung Maharrani (Sept 2024 – Sept 2025)

BULAN	JUMLAH TRANSAKSI	PENDAPATAN
September '24	630	87240585
Oktober '24	806	98882955
November '24	824	117783090
Desember '24	837	136663900
Januari '25	923	124494600
Februari '25	593	70058650
Maret '25	791	151869450
April '25	977	160605150
Mei '25	729	72790150
Juni '25	648	77028400
Juli '25	809	94229450
Agustus '25	556	57968950
September '25	479	61738300

Sumber : Data Penjualan Sept 2024- Sept 2025

Pola fluktuatif ini sejalan dengan data transaksi dan pendapatan Warung Lesehan Maharrani. Dari catatan keuangan terlihat bahwa peningkatan signifikan hanya terjadi pada bulan Desember 2024 dan April 2025. Pada Desember 2024, transaksi mencapai 837 kali dengan pendapatan Rp136.663.900, sementara di Januari dan Februari 2025 justru mengalami penurunan, meskipun pada Februari penurunannya cukup tajam, Puncak penjualan terjadi pada April 2025 dengan 977 transaksi dan pendapatan sebesar Rp160.605.150. Kondisi ini selaras dengan lonjakan signifikan pada Google Trends, yang menunjukkan bahwa meningkatnya pencarian “*kuliner Banyuwangi*” berkaitan dengan bertambahnya jumlah konsumen yang datang ke warung.

Namun, setelah bulan April 2025, baik tren pencarian digital maupun data transaksi menunjukkan penurunan. Pada Agustus 2025, transaksi hanya mencapai 556 kali dengan pendapatan Rp57.968.950, lalu semakin turun pada September 2025 dengan 479 transaksi dan pendapatan Rp61.738.300. Fakta ini memperlihatkan bahwa puncak penjualan hanya terjadi pada April, sedangkan bulan-bulan berikutnya menunjukkan tren penurunan yang cukup signifikan.

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa terdapat *korelasi positif* antara tren pencarian digital mengenai kuliner Banyuwangi dengan performa transaksi Warung Lesehan Maharrani. Lonjakan pencarian di Google Trends cenderung diikuti oleh peningkatan pendapatan warung, sementara penurunan pencarian sejalan dengan melemahnya kinerja penjualan.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

Strategi pemasaran dan pengembangan apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik Warung Maharrani?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan pengembangan pada Warung Lesehan Maharrani agar lebih menarik dan kompetitif di jalur wisata Songgon, serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya tarik, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan usaha.

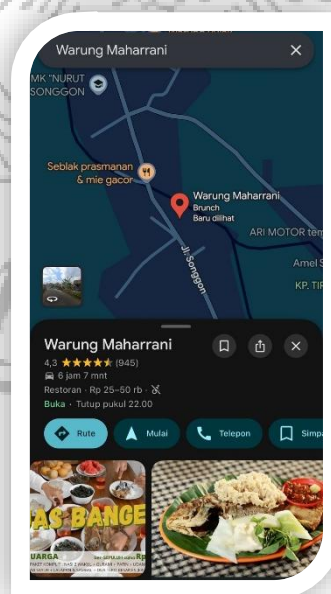
1.4. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan

dampak langsung bagi penulis maupun pelaku usaha yang menjadi objek kajian. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai referensi sekaligus pedoman praktis dalam merancang konsep usaha kuliner yang sesuai dengan karakteristik jalur wisata, khususnya dalam hal inovasi, daya tarik visual, dan strategi pemasaran yang efektif. Sementara itu, bagi Warung Lesehan Maharrani, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan warung makan yang lebih estetik, nyaman, serta memiliki daya saing yang kuat di jalur wisata Songgon, Banyuwangi.

1.5. LOKASI PENELITIAN

Warung Lesehan Maharrani berlokasi di jalur wisata Songgon, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi besar kawasan tersebut sebagai titik persinggahan wisatawan, sekaligus menjadi representasi dari tantangan dan peluang dalam pengembangan usaha kuliner berbasis wisata.



Gambar 5 Google Maps Warung Lesehan Maharrani