

ABSTRACT

Culinary tourism is a form of special interest tourism that favored by many people these days. Traditional cuisine can be noted as a tourism asset that can contribute to own-source revenue. Gladag Langen Bogan (Galabo) is one of government policy to respon this phenomenon. The presence of culinary area that become the center of traditional cuisine and brand of cuisine that already well-known hopefully can draw public interest to come in.

After 8 years, Gladag Langen Bogan (Galabo) still have to struggle in maintaining it existence. Economically, Gladag Langen Bogan (Galabo) could not yet be contribution for targeted own-source revenue. In 2015, own-source revenue from culinary sector could only reach 3,6% from expected number. For tourism side, Gladag Langen Bogan (Galabo) popularity still lose to milk bar and *wedangan* that can be found easily trough the city at the time by resident of the city. In other side, the visitors of Gladag Langen Bogan (Galabo) mainly dominated by the people from out of the town.

This researah use a qualitative descriptive type. Data collection techniques in this research are indepth interview, observation and literature study. The informants in this research are 16 persons consist of the head Of UPTD Kuliner of Solo, 5 of Gladag Langen Bogan (Galabo)'s tenant and 10 of visitors that randomly chosen. Data analysis consist of three step, the first one is data simplification, then data presentation and finnaly the conclusion.

The result of this research showed that: (1) Place, product, price and promotion can affect the management effectivity of Gladag Langen Bogan (Galabo) (2) Promotion become the most significant factor yet the implementation still low (3) Price is the least significant factor especially for the visitors from outside the town.

The recommendation that can be provide are: (1) Maximizing the promotion (2) re-arrange the space to increase aesthetic value (2) Provide supporting public transporation system (4) Raise the variation of entertainment.

Keywords: *Gladag Langen Bogan (Galabo), Management Effectivity, Marketing Mix*

INTISARI

Wisata kuliner merupakan salah satu bentuk wisata minat khusus yang banyak digemari masyarakat pada hari-hari ini. Sektor makanan khas ditengarai dapat menjadi aset pariwisata bahkan menyumbang Pendapatan Asli Daerah. Kawasan kuliner Gladag Langen Bogan (Galabo) menjadi salah satu bentuk kebijakan pemerintah untuk menanggapi fenomena ini. Adanya suatu kawasan yang menjadi pusat kuliner khas serta *brand* makanan tradisional yang sudah dikenal diharapkan mampu menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

Setelah 8 tahun berdiri, Gladag Langen Bogan (Galabo) masih berjuang untuk mempertahankan eksistensi. Dari segi ekonomi, Gladag Langen Bogan (Galabo) belum mampu memberikan sumbangan PAD yang ditargetkan. Pada tahun 2015, PAD dari sektor kuliner baru mencapai rata-rata 3,6% dari hasil yang diharapkan. Dari sisi pariwisata, Gladag Langen Bogan belum dapat menarik jumlah pengunjung yang tetap dan signifikan. ID kalangan masyarakat dalam Kota Solo, Gladaga Langen Bogan (Galabo) masih kalah populer dengan kedai susu atau wedangan yang banyak ditemukan belakangan ini. Di sisi lain, pengunjung Gladag Langen Bogan (Galabo) justru didominasi oleh masyarakat dari luar kota .

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. Informan di dalam penelitian ini berjumlah 16 orang yang terdiri dari Kepala UPTD Kuliner Kota Solo, 5 orang pedagang Gladag Langen Bogan (Galabo) malam serta 10 orang pengunjung yang dipilih secara acak. Analisis data melalui tiga tahap yaitu penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) faktor lokasi, produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan Gladag Langen Bogan (Galabo) (2) Faktor promosi menjadi faktor paling signifikan namun memiliki implementasi paling lemah dalam pengelolaan Gladag Langen Bogan (Galabo) (3) Faktor harga menjadi faktor dengan pengaruh paling tidak signifikan terutama bagi pengunjung yang berasal dari luar Kota Solo.

Rekomendasi yang dapat diberikan melalui penelitian ini adalah: (1) Memaksimalkan promosi (2) Melakukan penataan ruang untuk meningkatkan nilai estetika (3) Menyediakan transportasi publik yang menunjang (4) meningkatkan variasi hiburan .

Kata kunci: *Gladag Langen Bogan (Galabo), Efektivitas Pengelolaan, Marketing Mix*