



ISSN:
2655-6944

ELASTISITAS

<http://elastisitas.unram.ac.id>

Jurnal Ekonomi Pembangunan

Vol. 6, No. 2, September 2024

Analisis Potensi Ekonomi Pusat Kuliner Kalimadu Dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Sri Rahma Gumohung^{1*}, Sri Endang Saleh², Bobby Rantow Payu³

^{1,2,3}Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Info Artikel

Kata Kunci:
Contingent Valuation Method (CVM), Dampak Sosial Ekonomi, Pusat Kuliner

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi ekonomi pusat kuliner Kalimadu dengan mengestimasi nilai ekonomi kawasan dan untuk mengetahui pengaruh pembangunan pusat kuliner Kalimadu terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya. Metode penelitian menggunakan valuasi ekonomi dengan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Uji *paired sample t-test* digunakan untuk menganalisis perubahan kondisi sosial ekonomi masyarakat sebelum dan sesudah pembangunan. Data diperoleh dengan teknik pengumpulan data primer melalui wawancara dan bantuan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai potensi ekonomi kawasan pusat kuliner Kalimadu berdasarkan metode CVM mencapai Rp. 50.307.692/bulan. Hasil uji *paired sample t-test* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pembangunan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. (2-tailed) 0,000 dimana nilai lebih kecil dari 0,05, artinya seluruh variabel menunjukkan hasil signifikan bahwa pembangunan pusat kuliner Kalimadu memberikan dampak terhadap kondisi sosial ekonomi.

Keywords:

Contingent Valuation Method (CVM), Socio-Economic Impact, Culinary Center

ABSTRACT

This research aims to analyze the economic potential of the Kalimadu culinary center by estimating the economic value of the area and to determine the impact of the development of the Kalimadu culinary center on the socio-economic conditions of the surrounding community. The research method uses economic valuation with the Contingent Valuation Method (CVM). Paired sample t-test was used to analyze changes in the socio-economic conditions of the community before and after development. Data were obtained through primary data collection techniques through interviews and questionnaire assistance. The results show that the economic potential value of the Kalimadu culinary center area based on the CVM method reaches Rp. 50,307,692/month. The results of the paired sample t-test show that all variables have significant differences between before and after development. This is evidenced by the Sig. value (2-tailed) of 0.000 where the value is smaller than 0.05, meaning all variables show significant results that the development of the Kalimadu culinary center has an impact on socio-economic conditions.

1. PENDAHULUAN

Instrumen pendukung aktivitas manusia adalah ruang. Menyiapkan ruang dalam rangka mengakomodasi aktivitas masyarakat diperlukan sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang terus meningkat. Dalam konteks ini, penting adanya pengembangan ruang untuk melayani aktivitas manusia secara maksimal. Penataan dan pemanfaatan ruang strategis dalam mengoptimalkan aktivitas manusia dilakukan melalui pembangunan.

Pembangunan adalah proses dinamis yang melibatkan partisipasi masyarakat untuk menciptakan perubahan struktur sosial dan ekonomi (Kurniawan, 2015). Untuk negara berkembang, dampak suatu proyek pembangunan pada aspek sosial ekonomi dapat diidentifikasi melalui komponen-komponen berikut sebagai indikator sosial ekonomi antara lain; 1) penyerapan tenaga kerja, 2) berkembangnya struktur ekonomi, seperti timbulnya aktivitas perekonomian lain akibat proyek tersebut seperti toko, warung, restoran, transportasi dan lain-lain, 3) peningkatan pendapatan masyarakat, 4) kesehatan masyarakat, 5) persepsi masyarakat, 6) penambahan penduduk dan lain sebagainya (Kurniawan, 2015). Pembangunan sejatinya merupakan proses peningkatan kualitas hidup masyarakat di masa depan (Pratiwi & Pinasti, 2020).

Akselerasi pembangunan daerah dalam dinamika tata ruang tidak terlepas dari konsep pengembangan kawasan perkotaan yang diyakini berasosiasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Pengembangan kawasan tersebut sejatinya diorientasikan untuk mewadahi kegiatan masyarakat dalam kerangka menempuh kesejahteraan. Pembangunan daerah, relevansinya dengan pembangunan beberapa kawasan yang dikembangkan didasari oleh pemikiran bahwa dibutuhkan kebijakan yang mengadopsi kepentingan sosial ekonomi masyarakat (Surya dkk., 2019). Dengan demikian dalam mencanangkan pembangunan kawasan harus memiliki sasaran yang mempertimbangkan isu sosial serta memperhatikan peningkatan produktivitas ekonomi secara berkelanjutan.

Efektivitas ruang mendukung produktivitas masyarakat. Dalam mewujudkan struktur dan pola ruang efektif cenderung dibarengi pembangunan area baru dengan memanfaatkan beberapa ruang publik yang mengarah ke kawasan-kawasan strategis perkotaan demi meningkatkan produktivitas masyarakat sekaligus pengembangan pusat-pusat ekonomi baru (Pratomo dkk., 2021). Fungsi ruang publik yang menampung berbagai aktivitas utama masyarakat mendorong pengembangan ruang publik

oleh pemerintah untuk menciptakan komponen yang mampu menyokong pertumbuhan ekonomi daerah.

Perkembangan pembangunan di satu pihak, perkembangan ekonomi masyarakat di pihak lain memerlukan sarana lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti makanan dan minuman. Salah satu sektor progresif yang memiliki daya saing ekonomi berbasis masyarakat adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di bidang kuliner. Pemetaan potensi dan strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi di Kota Gorontalo (Pantu dkk., 2023). Pada tahun 2021, jumlah perusahaan industri mikro dan kecil di Provinsi Gorontalo didominasi oleh kelompok industri makanan, yaitu sebanyak 15.943 perusahaan. Dengan kata lain, industri makanan mampu menyerap tenaga kerja cukup besar. Di sisi lain, berdasarkan data publikasi BPS Provinsi Gorontalo, industri makanan dan minuman memiliki kontribusi tertinggi pada PDRB kategori industri pengolahan selama lima tahun terakhir. Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Provinsi Gorontalo cenderung meningkat hingga mencapai 71,47 persen di tahun 2023.

Tren kuliner di Kota Gorontalo sendiri menunjukkan optimisme. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai usaha swasta di bidang kuliner yang berkembang pesat. Gejala perkembangan kuliner juga menyebabkan semakin banyak masyarakat yang menjual bahan olahan makanan dan minuman. Peristiwa ini kerap kali mendatangkan masalah, sebab mulai timbul banyak pedagang, sedangkan wilayah terbuka untuk tempat berjualan sangat terbatas. Keterbatasan lahan memaksa mereka berjualan secara tidak teratur di pinggir jalan, bahkan di trotoar, di emperan toko atau kantor, dan tempat-tempat lain yang mengganggu ketertiban kota. Menanggapi fenomena tersebut, pemerintah berinisiasi membentuk kawasan kuliner terintegrasi yang bisa menjangkau masyarakat dan pelaku usaha secara lebih luas dan tertata.

Pembangunan kawasan kuliner berlokasi di Kota Gorontalo tepatnya di sepanjang Jalan Madura dan Tondano yang dikenal dengan sebutan Kawasan Pusat Kuliner Kalimadu. Pembangunan kawasan ditujukan untuk menunjang aktivitas ekonomi masyarakat terutama bagi pelaku usaha. Kawasan ini mewadahi masyarakat untuk berjualan secara tertib dan rapi agar memacu produktivitas penjualan. Pola penataan yang diusung tidak hanya menyediakan tempat berdagang, namun juga dilengkapi fasilitas berupa taman dan berbagai elemen *street furniture* yang menambah nilai estetika kawasan. Dengan demikian, selain menjadi media yang

mempertemukan pedagang dan pembeli, kawasan ini menawarkan pelayanan dalam bentuk lain seperti keindahan dan kenyamanan yang merangsang daya tarik masyarakat. Model yang dirancang dan dikembangkan pada kawasan kuliner kalimadu adalah upaya menggerakkan ekonomi rakyat melalui ekosistem wisata kuliner yang akan memberikan *multiplier effect* bagi perekonomian. Penguatan ekosistem kuliner berimplikasi menopang kemajuan sektor UMKM, daya tarik wisata, dan tumpuan harapan terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi regional. Dengan adanya proyek pembangunan pusat kuliner kalimadu ini hendaknya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi daerah, khususnya bagi masyarakat. Adapun manfaat yang dimaksud adalah transformasi peningkatan pendapatan masyarakat dari kemudahan usaha, membuka lapangan kerja, serta sebagai sumber peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pembentukan kawasan pusat kuliner di Kota Gorontalo merupakan misi pemanfaatan ruang sebagai representasi program pembangunan ekonomi daerah. Tata kelola ruang terpadu dan kreatif, mengandalkan pemberdayaan potensi sektor kuliner adalah kombinasi sempurna untuk menunjang perekonomian masyarakat. Perancangan ruang interaksi publik ini diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi kawasan sehingga memicu perkembangan wilayah sebagai sentra pertumbuhan ekonomi baru dengan menghadirkan kemudahan akses serta ketersediaan sarana dan prasarana masyarakat untuk mengembangkan usaha ekonominya.

Sebagai katalisator kemajuan daerah, idealnya pembangunan kawasan diiringi perubahan peningkatan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan. Namun penelitian sebelumnya dari Lita Johan Trifena dan Santy Paula Dewi pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh Rrevitalisasi Kawasan Kota Lama Semarang Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat" yang memuat proses pembangunan dan pembaruan kawasan menunjukkan bahwa revitalisasi yang dilakukan justru cenderung membuat kondisi ekonomi masyarakat menurun. Pada pengamatan awal, survei juga dilakukan pada beberapa masyarakat yang bertempat tinggal dan pedagang di Kawasan Pusat Kuliner Kalimadu. Ditemukan adanya masyarakat yang kehilangan tempat untuk berdagang karena lahan yang telah beralih fungsi menjadi taman. Setelah melakukan relokasi, pendapatan masyarakat justru menurun. Bahkan ada masyarakat yang bangkrut dan memutuskan untuk berhenti berdagang.

Setiap kegiatan pembangunan, dalam hal ini perubahan spasial kota, pada prinsipnya akan menimbulkan konsekuensi terhadap aspek sosial ekonomi masyarakat. Pembangunan pusat kuliner kalimadu yang mengubah kondisi fisik dan lingkungan tentu membawa dampak bagi masyarakat, baik bagi masyarakat yang tinggal atau pelaku usaha. Faktor tersebut melatarbelakangi penelitian ini untuk mengkaji dan menelaah lebih lanjut mengenai kekuatan ekonomi kawasan setelah pembangunan dan hubungan antara pembangunan kawasan pusat kuliner kalimadu pada kondisi sosial ekonomi masyarakat.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian akan menganalisis potensi ekonomi berdasarkan nilai ekonomi kawasan yang diperoleh dari perhitungan menggunakan metode *Contingent Valuation Method (CVM)*. *Contingent Valuation Method (CVM)* adalah metode yang digunakan untuk mengestimasi nilai non-pemanfaatan sumberdaya dan kawasan atau dengan kata lain, nilai keberadaan dari suatu objek (Tsabiq dkk., 2018). CVM digunakan untuk mengetahui nilai ekonomi kawasan pusat kuliner kalimadu berdasarkan kesediaan membayar atau *willingness to pay (WTP)*. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan CVM dalam menganalisis nilai ekonomi dalam perspektif WTP (Purnama, et al, 2023).

Selanjutnya, untuk menganalisis dampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, maka dilakukan uji komparatif dengan metode *paired sample t-test* untuk melihat perbedaan perubahan kondisi sosial ekonomi sebelum dan sesudah pembangunan kawasan pusat kuliner Kalimadu. Variabel sosial ekonomi meliputi tingkat keramaian, kondisi lingkungan, persepsi masyarakat, tingkat pendapatan, peluang usaha, dan penyerapan tenaga kerja.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung dan masyarakat di sekitar kawasan yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Untuk menghitung nilai ekonomi kawasan, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*. Karena jumlah pengunjung tidak teridentifikasi, mengikuti saran Sarwono (2011) dalam Rosa Indah dkk., (2020), penentuan jumlah sampel digunakan rumus *Cochran*. Jumlah sampel yang diperoleh sebesar 75 responden. Pengambilan sampel untuk menganalisis dampak keberadaan pusat kuliner kalimadu terhadap kondisi sosial ekonomi dilakukan dengan *purposive sampling*, yaitu penentuan

responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Terdapat 68 responden yang memenuhi kriteria, yaitu masyarakat yang terlibat dalam sektor usaha di sekitar kawasan pusat kuliner Kalimadu dan bersedia untuk diwawancarai.

CVM dapat dihitung melalui langkah-langkah yaitu: membangun pasar hipotetik, menentukan besarnya penawaran, menghitung nilai tengah dan rata-rata WTP, dan menjumlahkan data.

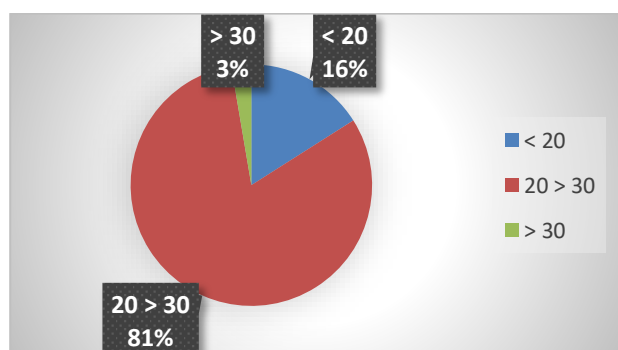
Uji *paired sample t-test* digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata antara dua sampel (dua kelompok) yang berpasangan atau berhubungan. Sampel yang berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang berbeda, Santoso (2001) dalam (Mantiri & Tulung, 2022). Uji beda t-test dilaksanakan yaitu dengan membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel. Standar error perbedaan dalam nilai rata-rata berdistribusi secara normal. Apabila probabilitas $< 0,05$, sehingga H_0 ditolak, apabila probabilitas $> 0,05$, sehingga H_0 diterima.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan dua kuesioner yang berbeda untuk menjawab dua rumusan masalah yang terpisah. Pertama, kuesioner ditujukan kepada pengunjung pusat kuliner Kalimadu, dengan fokus pada penilaian potensi ekonomi kawasan. Melalui penerapan metode *Contingent Valuation* (CVM) dan *open-ended question*, peneliti berupaya memahami sejauh mana masyarakat bersedia membayar untuk mendukung pusat kuliner. Kuesioner kedua ditargetkan kepada pelaku usaha di kawasan yang bertujuan mengeksplorasi dampak sosial ekonomi dari pembangunan pusat kuliner dengan menggunakan uji komparatif.

Karakteristik Responden Pengunjung

Gambar 1. Grafik Usia Responden (Pengunjung)



Sumber: Excel (diolah, 2024)

Berdasarkan gambar 1 di atas, mayoritas responden adalah kelompok usia 20-30 tahun, berjumlah 61 orang atau menyumbang sekitar 81 persen dari total 75 responden. Sementara itu, responden di bawah usia 20 tahun sebanyak 12 orang atau 16 persen, dan kelompok usia di atas 30 tahun hanya mencakup 3 persen (2 orang) dari keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa pusat kuliner Kalimadu cenderung menarik perhatian dan kunjungan, khususnya dari kalangan usia 20-30 tahun yang membentuk mayoritas pengunjung dalam penelitian ini.

Tabel 1. Jenis Kelamin Pengunjung

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	42	56%
Perempuan	33	46%
Total	75	100%

Sumber: Excel (diolah, 2024)

Mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah laki-laki, mencapai 56% dari total 75 responden, sementara perempuan menyumbang 44%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki cenderung lebih banyak mengunjungi wisata kuliner kalimadu sehingga responden laki-laki lebih banyak terlibat atau memberikan respon terkait nilai ekonomi kawasan pusat kuliner Kalimadu dibandingkan dengan perempuan.

Tabel 2. Status Pernikahan Pengunjung

Status	Jumlah	Persentase
Belum Menikah	72	96%
Menikah (b)	3	4%
Total	75	100%

Sumber: Excel (diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 2, sebanyak 71 orang atau sekitar 95 persen, belum menikah. Sementara itu, hanya 3 orang atau sekitar 4 persen yang telah menikah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Kalimadu yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah mereka yang belum menikah. Hal ini juga dapat memberikan gambaran tentang profil pernikahan pengunjung yang mungkin mencerminkan bahwa pusat kuliner Kalimadu lebih banyak dikunjungi dan disukai oleh individu yang belum menikah.

Tabel 3. Status Pekerjaan Pengunjung

Status	Jumlah	Persentase
Bekerja	16	21%
Tidak Bekerja	59	79%

Total	75	100%
--------------	-----------	-------------

Sumber: Excel (diolah, 2024)

Dari total 75 responden, sebanyak 16 orang atau sekitar 21 persen dari mereka bekerja, sementara 59 orang atau sekitar 79 persen tidak bekerja. Jika dilihat dari yang bekerja, mayoritas dari mereka adalah karyawan swasta, sedangkan untuk yang tidak bekerja, mayoritas diantaranya adalah mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pusat kuliner Kalimadu cenderung menarik perhatian dan kunjungan dari kalangan mahasiswa yang tidak bekerja secara formal, sementara responden yang bekerja lebih dominan berasal dari karyawan swasta.

Tabel 4. Tingkat Pendapatan Pengunjung

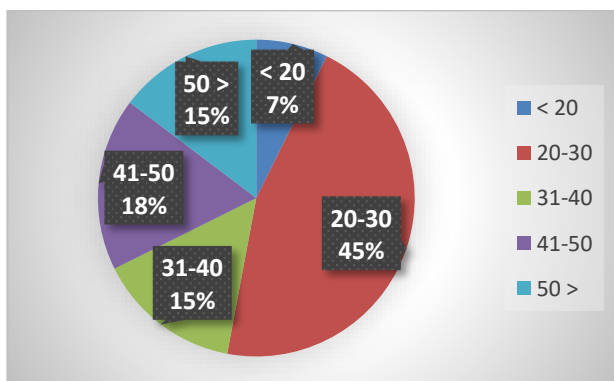
Tingkat	Jumlah	Persentase
Tidak Memiliki	6	8%
< 1 juta	45	60%
1 – 3 juta	19	25%
> 3 juta	5	7%
Total	75	100%

Sumber: Excel (diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 4, mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki tingkat penghasilan yang relatif rendah hingga menengah. Sebanyak 8 persen dari total 75 responden tidak memiliki penghasilan. Sementara itu, sekitar 60 persen dari responden memiliki penghasilan di bawah 1 juta, dan sekitar 25 persen memiliki penghasilan antara 1 juta hingga 3 juta. Hanya sekitar 7 persen dari responden yang memiliki penghasilan di atas 3 juta.

Karakteristik Responden Pelaku Usaha

Gambar 2. Grafik Usia Responden (Pelaku Usaha)



Sumber: Excel (diolah, 2024)

Berdasarkan gambar diatas, terdapat variasi usia yang lebih merata di antara pelaku usaha di pusat kuliner Kalimadu. Kelompok usia 20-30 tahun

menjadi mayoritas, dengan 31 responden atau sekitar 46%. Diikuti oleh kelompok usia 31-40 tahun berjumlah 10 responden (15%), kelompok usia 41-50 tahun (18%), kelompok usia di bawah 20 tahun (7%), dan kelompok usia di atas 50 tahun (15%).

Tabel 5. Jenis Kelamin Pelaku Usaha

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	65%
Perempuan	24	3%
Total	68	100%

Sumber: Excel (diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 5, dari total 68 responden yang merupakan pelaku usaha di Kalimadu, mayoritas adalah laki-laki sebanyak 44 orang atau sekitar 65 persen. Sementara itu, perempuan menyumbang sebanyak 24 orang atau sekitar 35 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di kawasan tersebut didominasi oleh laki-laki.

Tabel 6. Skala Usaha

Skala Usaha	Jumlah	Persentase
Mikro	65	4%
Kecil	3	96%
Total	68	100%

Sumber: Excel (diolah, 2024)

Mayoritas pelaku usaha yang berada di kalimadu ini merupakan usaha mikro, dengan 65 responden atau sekitar 95 persen dari total 68 responden. Sementara itu, hanya sejumlah kecil, yaitu 3 responden atau sekitar 5 persen, yang tergolong dalam kategori usaha kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa pusat kuliner Kalimadu didominasi oleh pelaku usaha skala mikro, yang terdiri dari usaha kecil-kecilan atau individu yang terlibat dalam kegiatan bisnis di kawasan tersebut.

Contingent Valuation Method (CVM)

1) Membuat Pasar Hipotetik

Langkah awal yang diambil adalah membentuk sebuah pasar hipotetis untuk kawasan pusat kuliner Kalimadu yang dianggap sebagai tempat penelitian. Selanjutnya, pasar hipotetis ini diimplementasikan dalam suatu kuesioner yang menyampaikan informasi terperinci mengenai kondisi kawasan pusat kuliner Kalimadu pada saat ini, sambil mengajukan pertanyaan tentang nilai ekonomi yang bersedia dibayarkan oleh responden untuk mendukung dan mempertahankan keberadaan pusat kuliner tersebut.

Pasar hipotetis yang dibuat pada penelitian ini yaitu, “Kawasan pusat kuliner Kalimadu, diinisiasi dan dibangun oleh Pemerintah dengan tujuan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya. Melalui penataan yang cermat, kawasan ini telah dilengkapi dengan fasilitas yang tidak hanya meningkatkan estetika, tetapi juga mendongkrak daya tarik, mendorong aktivitas masyarakat di sekitarnya. Hasil pembangunan ini membawa dampak dalam pertumbuhan pesat pelaku usaha di sekitarnya, dengan peningkatan jumlah restoran, kafe, dan berbagai usaha kuliner lainnya. Fenomena ini menciptakan suasana yang lebih hidup dan beragam di kawasan pusat kuliner Kalimadu. Namun, kesuksesan ini tidak dapat dipandang sebelah mata. Perlu diperhatikan upaya-upaya merawat, melindungi, dan memelihara lingkungan sekitar kawasan. Keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan harus dijaga agar Kawasan pusat kuliner Kalimadu tetap berkelanjutan dan dapat dinikmati oleh generasi saat ini dan masa depan”.

2) Mendapatkan Nilai WTP

Dalam penelitian ini, nilai penawaran untuk menentukan *Willingness to Pay* (WTP) responden diperoleh melalui metode pertanyaan terbuka (*open-ended question*). Melalui metode ini, responden diberikan kebebasan untuk menyatakan jumlah nilai yang mereka bersedia bayarkan untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan di kawasan pusat kuliner Kalimadu.

3) Menghitung Nilai Rataan WTP

Perkiraan nilai rata-rata *Willingness to Pay* (WTP) responden dihitung dengan membagi jumlah nilai WTP yang disampaikan oleh responden dengan total jumlah responden yang bersedia membayar. Hasil dari penghitungan rata-rata WTP berdasarkan total 75 responden menunjukkan bahwa 10 orang tidak bersedia membayar untuk pengembangan Kalimadu, sementara sebanyak 65 orang responden bersedia membayar untuk pelestarian dan pengembangan wisata kuliner Kalimadu.

Tabel 7. Distribusi Nilai WTP Responden

No	WTP	Jumlah	Persentase	WTP X Jumlah Responden
	(Rp)	(Orang)	(%)	(Rp)
1	2.000	6	9.23	12.000
2	3.000	1	1.54	3.000
3	5.000	43	66.15	215.000

4	10.000	6	9.23	60.000
5	20.000	5	7.69	100.000
6	25.000	1	1.54	25.000
7	30.000	1	1.54	30.000
8	50.000	2	3.08	100.000
Total		65	100	545.000

Sumber: Data Primer, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 7, didapatkan nilai total *Willingness to Pay* (WTP) responden sebesar Rp.545.000. Rataan WTP didapat sebagai berikut:

$$EWTP: \frac{Rp. 545.000}{65 \text{ Orang}}$$

$$EWTP: Rp. 8.384.62$$

Dimana nilai rata-rata *Willingness to Pay* (WTP) responden sebesar Rp. 8.384,62/orang. Nilai rata-rata WTP ini mencerminkan kesiapan pengunjung untuk mengeluarkan dana sebesar Rp. 8.384,62/orang yang nantinya dapat dialokasikan untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan dan pengembangan di pusat kuliner Kalimadu.

4) Menjumlahkan Data

Proses penjumlahan data *Willingness to Pay* (WTP) melibatkan konversi nilai rata-rata WTP menjadi total WTP terhadap seluruh populasi. Namun, pada penelitian ini tidak terdapat total populasi disebabkan pengunjung bebas beraktivitas di kawasan wisata kuliner kalimadu. Maka dari itu, untuk mendapatkan total WTP, peneliti menjumlahkan data dengan mengalikan rata-rata dengan asumsi jumlah pengunjung yang datang di wisata kuliner Kalimadu setiap bulannya berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha di sekitar kawasan pusat kuliner Kalimadu. Jumlah pengunjung per-hari berkisar 200 orang, dengan asumsi tersebut maka diperkirakan jumlah pengunjung per-bulan bisa mencapai 6.000 pengunjung. Sehingga, rumus penjumlahan data WTP berikut:

$$\text{Total WTP} = \text{Rataan WTP} \times \text{Jumlah Pengunjung}$$

$$\text{Total WTP} = 8.384,62 \times 6.000$$

$$\text{Total WTP} = \text{Rp. } 50.307.692$$

Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan nilai ekonomi kawasan berjumlah Rp. 50.307.692 dalam sebulan. Hasil ini menggambarkan Jumlah perkiraan kontribusi finansial dari populasi responden yang bersedia membayar, dengan rata-rata *Willingness to Pay* (WTP) sekitar Rp 8.384,62 per individu, mencapai total sebesar Rp 50.307.692. Angka ini mencerminkan potensi sumbangan keuangan dari seluruh responden, yang dapat

diartikan sebagai estimasi total dana yang dapat terkumpul jika semua individu berpartisipasi sesuai dengan nilai rata-rata yang telah ditetapkan.

Uji Instrumen

Uji instrumen khususnya diterapkan untuk mengevaluasi dampak sosial ekonomi dari pembangunan pusat kuliner yang dikumpulkan melalui kuesioner kedua yang ditujukan kepada pelaku usaha.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai keabsahan atau validitas alat pengumpulan data terhadap masing-masing variabel.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Item-item Pertanyaan

Indikator	R-Hitung	R-tabel	Sig. (2-Tailed)	Ket.
TK01	0.330	0.235	0.006	Valid
TK02	0.352	0.235	0.003	Valid
KL01	0.288	0.235	0.017	Valid
KL02	0.333	0.235	0.006	Valid
PM01	0.410	0.235	0.001	Valid
PM02	0.411	0.235	0.001	Valid
TP01	0.683	0.235	0.000	Valid
TP02	0.544	0.235	0.000	Valid
PU01	0.724	0.235	0.000	Valid
PU02	0.546	0.235	0.000	Valid
PTK01	0.724	0.235	0.000	Valid
PTK02	0.546	0.235	0.000	Valid

Sumber: SPSS, diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 8, kuesioner yang terdiri dari 6 variabel telah diisi oleh 68 responden dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan validitas, diperoleh bahwa untuk setiap pertanyaan, nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, dan nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0,05. Oleh karena itu, kesimpulannya adalah bahwa semua item pertanyaan menunjukkan validitas yang baik, karena nilai r hitung melebihi nilai r tabel dan signifikansinya kurang dari 0,05.

Uji Reliabel

Tabel 9. Hasil Uji Reliabel

Cronbach's Alpha	N of Items
0,724	12

Sumber: SPSS, diolah (2024)

Hasil uji reliabilitas pada semua variabel menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel ini melebihi nilai dasar, yaitu sebesar 0,724 > 0,60. Hasil ini membuktikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dapat dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
TK_Sebelum	,373	68	,000
TK_Sesudah	,678	68	,000
KL_Sebelum	,667	68	,000
KL_Sesudah	,592	68	,000
PM_Sebelum	,769	68	,000
PM_Sesudah	,526	68	,000
TP_Sebelum	,796	68	,000
TP_Sesudah	,684	68	,000
PU_Sebelum	,800	68	,000
PU_Sesudah	,654	68	,000
PTK_Sebelum	,800	68	,000
PTK_Sesudah	,654	68	,000

Sumber: SPSS, diolah (2024)

Hasil uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk* menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05, yang berarti semua variabel tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data pada semua variabel tidak mengikuti distribusi yang normal. Namun, menurut Norman (2010) statistik parametrik masih dapat diterapkan pada data Likert meskipun distribusinya tidak normal.

Uji Paired Sample T-Test

Tabel 11. Hasil Uji Paired Sample T-Test

	t	Df	Sig. (2-tailed)
Pair 1 TK_Sebelum - TK_Sesudah	-10.809	67	0.000
Pair 2 KL_Sebelum - KL_Sesudah	-7.653	67	0.000
Pair 3 PM_Sebelum - PM_Sesudah	-5.202	67	0.000
Pair 4 TP_Sebelum - TP_Sesudah	-4.154	67	0.000

Pair 5	PU_Sebelum - PU_Sesudah	-5.669	67	0.000
Pair 6	PTK_Sebelum - PTK_Sesudah	-5.669	67	0.000

Sumber: SPSS, diolah (2024)

Hasil uji t-paired menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah dibuat kawasan wisata kuliner kalimadu pada semua variabel yang diamati, seperti Tingkat Keramaian (TK), Kondisi Lingkungan (KL), Persepsi Masyarakat (PM), Tingkat Pendapatan (TP), Peluang Usaha (PU), dan Penyerapan Tenaga Kerja (PTK).

Potensi Ekonomi Pusat Kuliner Kalimadu

Hasil temuan menunjukkan bahwa potensi nilai ekonomi kawasan pusat kuliner Kalimadu berdasarkan kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) mencapai angka yang signifikan, yakni sekitar Rp. 50.307.692 per bulan. Angka ini mencerminkan sumbangan finansial dari responden yang bersedia membayar untuk menikmati fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh pusat kuliner Kalimadu. Jumlah rata-rata *Willingness to Pay* (WTP) per individu diperkirakan sekitar Rp. 8.384,62. Jumlah ini tidak hanya menggambarkan nilai individu yang setiap pengunjung bersedia keluarkan, tetapi juga memberikan pandangan holistik tentang kontribusi total pusat kuliner Kalimadu terhadap ekonomi lokal.

Kesediaan pengunjung untuk membayar di pusat kuliner Kalimadu dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk esensi kenyamanan yang dirasakan saat berkunjung. Selain itu, pengunjung berharap agar pusat kuliner Kalimadu dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama sehingga mampu memberikan dukungan yang signifikan terhadap aktivitas ekonomi masyarakat sekitar. Pentingnya keberlanjutan ini juga tercermin dalam keinginan masyarakat untuk melihat peningkatan pada kualitas layanan pusat kuliner yang ditawarkan. Beberapa aspek yang diharapkan mencakup penambahan fasilitas seperti tempat sampah dan lampu taman untuk penerangan yang lebih baik di seluruh area pusat kuliner Kalimadu.

Selama proses pengumpulan data, sebagian responden mengindikasikan kesediaan untuk membayar biaya tambahan apabila peningkatan mutu dan upaya pelestarian di pusat kuliner Kalimadu berlangsung masif dan melebihi ekspektasi. Menurut pandangan masyarakat, jika

taman kuliner Kalimadu dianggap sebagai objek wisata, maka diperlukan manajemen, perawatan dan peningkatan fasilitas yang memadai untuk menjadikannya sebagai destinasi yang layak dikunjungi.

Meningkatnya jumlah kunjungan ke Kalimadu membuat masyarakat merasakan tanggung jawab kolektif untuk mendukung pusat kuliner Kalimadu agar terus berkembang. Melalui kontribusi finansial, masyarakat ingin memastikan upaya pemeliharaan dan pengelolaan terus terjaga. Kontribusi finansial ini selain sebagai investasi dalam pengalaman kuliner, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi aktif dalam membangun dan memperkuat ekosistem usaha lokal.

Pengaruh Pembangunan Pusat Kuliner Kalimadu Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Tingkat Keramaian

Analisis statistik dengan menggunakan uji *paired sample t-test* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jelas lebih rendah dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara tingkat keramaian di kawasan pusat kuliner Kalimadu sebelum dan sesudah adanya pembangunan.

Pembangunan taman Kalimadu, sebagai salah satu wadah bagi para pelaku usaha lokal untuk berjualan, muncul sebagai pemicu utama perubahan ini. Terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah para pelaku usaha kuliner yang membuka berbagai jenis usaha di sekitar lokasi tersebut. Perluasan jumlah pelaku usaha kuliner dapat memperkaya pilihan kuliner bagi masyarakat sekaligus menjadi salah satu pendorong utama peningkatan tingkat keramaian, dimana pengunjung atau pelanggan dapat mengeksplorasi variasi kuliner. Dalam konteks ini, kehadiran pusat kuliner memiliki dampak yang dapat diukur pada aktivitas dan animo masyarakat untuk berkunjung dan berinteraksi di area tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Fadhila dkk., (2023) bahwa adanya ruang publik khususnya kawasan kuliner memicu keragaman aktivitas masyarakat.

Kondisi Lingkungan

Berdasarkan hasil uji *paired sample t-test*, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kondisi lingkungan kawasan pusat kuliner Kalimadu sebelum dan sesudah adanya pembangunan.

Penelitian ini menunjukkan perubahan yang terjadi pada aspek kondisi lingkungan, khususnya dalam hal tingkat kebersihan. Masyarakat menilai adanya perubahan dari kondisi sebelumnya yang cenderung kotor menjadi lebih bersih dan rapi setelah dilakukan pembangunan. Perubahan positif pada tingkat kebersihan di kawasan pusat kuliner Kalimadu, menurut perspektif masyarakat, disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, kehadiran petugas kebersihan di sekitar kawasan yang turut berperan dalam meningkatkan kondisi lingkungan. Selain itu, kesadaran akan peran kebersihan dalam pengalaman pelanggan mendorong pelaku usaha untuk merawat area berjualan, memberikan kontribusi pada kebersihan sekitar dan menciptakan lingkungan yang nyaman bagi semua pengunjung.

Persepsi Masyarakat

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam persepsi masyarakat sebelum dan setelah pembangunan Kalimadu. Sebelum pembangunan, masyarakat cenderung menganggap kawasan tersebut hanya sebagai area biasa. Namun, setelah pembangunan, persepsi masyarakat berubah secara positif.

Masyarakat mulai menilai kawasan ini sebagai area yang potensial untuk pengembangan lebih lanjut. Masyarakat juga secara langsung menyaksikan peningkatan aktivitas ekonomi di kawasan pusat kuliner Kalimadu setelah pembangunan, mulai dari peningkatan jumlah pengunjung, pembukaan usaha baru, dan peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha lokal. Perubahan persepsi ini menciptakan rasa kepemilikan dan keterlibatan masyarakat yang lebih besar terhadap pengembangan dan pemeliharaan kawasan pusat kuliner Kalimadu. Sebagaimana menurut Muhajir (2017) bahwa kebijakan penataan ruang akan mendapat dukungan masyarakat apabila terdapat contoh nyata dan konsistensi dari pemerintah.

Tingkat Pendapatan

Pada penelitian ini ditemukan bahwa pembangunan pusat kuliner Kalimadu memberikan dampak terhadap pendapatan masyarakat. Hal tersebut terbukti melalui hasil uji *paired sample t-test* dengan adanya perubahan yang signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah pembangunan.

Sejalan dengan perubahan tingkat keramaian di kawasan pusat kuliner Kalimadu, lonjakan pengunjung berkontribusi pada tingginya jumlah transaksi bisnis lokal, baik itu penjualan makanan atau usaha-usaha lain di sekitar area tersebut. Penduduk setempat yang terlibat dalam

sektor ini, baik sebagai pemilik usaha, karyawan atau *supplier* secara langsung merasakan pertumbuhan pendapatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Abriani (2022) tentang pengelolaan pusat wisata kuliner yang memiliki dampak pada perluasan prospek usaha dan pendapatan masyarakat yang meningkat.

Meskipun sejumlah masyarakat mengalami peningkatan pendapatan, sebagian masyarakat justru menghadapi penurunan pendapatan. Fenomena ini berkaitan erat dengan terbukanya peluang usaha yang tinggi. Para pelaku usaha merasakan tekanan ekonomi akibat semakin banyak jumlah pesaing di pasar yang sama. Sebagai hasilnya, terjadi intensifikasi persaingan dalam merebut pangsa pasar dan pelanggan. Dalam konteks pusat kuliner Kalimadu, pesaing yang bertambah menghadirkan variasi menu dan konsep usaha beragam. Konsumen dihadapkan pada banyak pilihan yang memicu terbentuknya segmen pasar yang lebih kecil. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus bersaing untuk mendapatkan bagian pasar yang semakin kecil sehingga mengakibatkan penurunan volume penjualan. Dampak fragmentasi pasar ini berimplikasi pada penurunan pendapatan.

Peluang Usaha

Berdasarkan uji *paired sample t-test* diketahui terdapat perbedaan tingkat peluang usaha sebelum dan sesudah pembangunan pusat kuliner Kalimadu dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05. Data dan hasil observasi lapangan mengungkap bahwa peluang usaha di kawasan ini tidak dioptimalkan secara maksimal sebelum pembangunan. Namun, setelah adanya pembangunan dan peningkatan infrastruktur terjadi pergeseran dalam potensi usaha.

Menurut pandangan masyarakat, peluang usaha di sektor kuliner, pelayanan, dan perdagangan lainnya mulai tumbuh sebagai respons dari permintaan usaha yang tinggi di kawasan ini. Lebih jauh lagi, peluang usaha yang tinggi tidak hanya menciptakan kesempatan baru bagi pengusaha yang sudah memiliki usaha, tetapi juga mendorong transisi pekerjaan bagi individu yang sebelumnya tidak terlibat dalam sektor usaha. Banyak masyarakat yang cenderung termotivasi untuk berwirausaha setelah melihat peluang pasar yang tersedia. Hal tersebut mempengaruhi tingginya pertumbuhan usaha di sekitar kawasan ini.

Penyerapan Tenaga Kerja

Dalam penelitian ini, pembangunan pusat kuliner Kalimadu telah memberikan dampak pada penyerapan tenaga kerja. Hasil uji *paired sample t-*

test menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam tingkat penyerapan tenaga kerja sebelum dan sesudah pembangunan pusat kuliner Kalimadu.

Perbedaan sebelum dan sesudah pembangunan dapat terlihat dari pertumbuhan jumlah pekerja yang terlibat dalam sektor kuliner di kawasan ini. Pusat kuliner Kalimadu secara langsung mengakomodasi banyak tenaga kerja baru yang merupakan pelaku-pelaku usaha baru dalam bidang kuliner. Adanya fasilitas dan infrastruktur yang mendukung serta peluang usaha yang tinggi memberikan kesempatan bagi individu untuk memulai usaha sendiri dan meningkatkan partisipasi dalam dunia wirausaha. Selain sebagai peluang untuk berwirausaha, adanya pusat kuliner juga menciptakan lapangan kerja bagi banyak orang. Banyak karyawan yang mulai dipekerjakan untuk menjaga cabang usaha yang mulai ada di kawasan pusat kuliner Kalimadu. Dengan perkembangan usaha baru, terutama yang dimiliki oleh warga setempat, ekonomi lokal dapat tumbuh. Pendapatan yang dihasilkan dari usaha-usaha ini akan berputar di komunitas setempat, meningkatkan daya beli masyarakat, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa potensi nilai ekonomi kawasan pusat kuliner Kalimadu mencapai Rp. 50.307.692 per bulan. Jumlah rata-rata *Willingness to Pay* (WTP) per individu diperkirakan sekitar Rp. 8.384,62. Interpretasi nilai ini dapat menjadi panduan dalam merencanakan dan mengelola sumber daya finansial untuk mendukung proyek pelestarian lingkungan wisata kuliner Kalimadu sebagai poros pertumbuhan ekonomi lokal.

Pembangunan pusat kuliner Kalimadu memberikan dampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat yang mencakup tingkat keramaian, kondisi lingkungan, persepsi masyarakat, tingkat pendapatan, peluang usaha, dan penyerapan tenaga kerja. Hasil uji *paired sample t-test* seluruh variabel yang diamati menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah dibuat kawasan wisata kuliner Kalimadu.

DAFTAR PUSTAKA

Abriani, A. (2022). Economic Impact of Culinary Tourism Center Management. *Journal of Social Commerce*, 2(4), 144–153. <https://doi.org/10.56209/jommerce.v2i4.43>

- Fadhila, N., Aliyah, I., & Permana, C. T. H. (2023). Pemanfaatan Ruang Publik Kawasan Kuliner sebagai Destinasi Wisata di Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. *Desa-Kota*, 5(1), 172. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v5i1.69452.172-183>
- Kurniawan, W. (2015). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang (Socio-Economic Impact of Development of Umbul Sidomukti Tourism in Bandungan District, Semarang Regency). *Economic Development Analysis Journal*, 4(4), 444–451.
- Mantiri, J. N., & Tulung, J. E. (2022). Analisis Komparasi Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverage Di Bursa Efek Indonesia Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 907–916.
- Muhajir, A. (2017). Kebijakan Pengendalian Pemanfaatan Ruang Di Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Renaissance*, 2(2), 184–193. <http://ejournal-academia.org/index.php/renaissance/article/view/47>
- Norman, G. (2010). Likert scales, levels of measurement and the “laws” of statistics. *Advances in Health Sciences Education*, 15(5), 625–632. <https://doi.org/10.1007/s10459-010-9222-y>
- Pantu, A. H., Dai, S. I., & Santoso, I. R. (2023). Pemetaan Potensi Dan Strategi Pengembangan Umkm Di Kota Gorontalo. *Elastisitas (Jurnal Ekonomi Pembangunan)*, 5(2), 31–39.
- Pratiwi, S. A., & Pinasti, V. I. S. (2020). Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Kuliner Di Wisata Ngingrong Desa Mulo Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunungkidul. *Pendidikan Sosiologi*, 1–26.
- Pratomo, R. A., Ayuni, S. I., & Fitrianiingsih, D. (2021). Implikasi Pembangunan Kota Baru Terhadap Perubahan Fisik Kawasan Dan Sosial-Ekonomi Masyarakat Lokal: Studi Kasus Pembangunan Kota Harapan Indah, Bekasi. *Jurnal Pengembangan Kota*, 9(2), 204–214. <https://doi.org/10.14710/jpk.9.2.204-214>
- Purnama, I., & Diswandi, M. B. U. H. Recreational Value of Mangrove Ecotourism: A Case Study in Jerowaru East Lombok, Indonesia.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94.

- Surya, B., Idris, M., & Tajuddin, I. (2019). Pusat kuliner jalan nusantara kota. *Inovasi Dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(c), 26. <https://bppd-makassar.e-journal.id/inovasi-dan-pelayanan-publik/article/view/46>
- Trifena, L. J., & Dewi, S. P. (2021). Pengaruh Revitalisasi Kawasan Kota Lama Semarang Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Teknik Pwk (Perencanaan Wilayah Kota)*, 10(4), 260–271.
- Tsabiq, A. T. N., Subiyanto, S., & Amarrohman, F. J. (2018). Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan dan Analisis Nilai Ekonomi Kawasan melalui Teknik Valuasi Travel Cost Method dan Contingent Valuation Method (Studi kasus : Kawasan Wisata Pantai Alam Indah, Kota Tegal). *Jurnal Geodesi Undip*, 7(April), 1–10.