

**IMPLEMENTASI PENEMPATAN SENTRA WISATA KULINER DENGAN
PENDEKATAN MULTIDIMENSIONAL SCALLING : STUDI KASUS : KOTA MADYA
SURABAYA**

ROYYAN

180441100141

Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. Aeri Rachmad S.T., M.T.

Dosen Pembimbing II : Moch.Kautsar Sophan, S.Kom., M.MT.

ABSTRAK

Penempatan sentra wisata kuliner yang optimal sangat penting untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan metode Multidimensional Scaling (MDS) dalam menentukan lokasi yang paling tepat untuk sentra wisata kuliner di suatu kota. Pendekatan Multidimensional Scaling digunakan untuk memetakan persepsi pengunjung dan stakeholder terhadap berbagai faktor penentu lokasi, seperti aksesibilitas, fasilitas pendukung, potensi pasar, dan karakteristik lingkungan. Data yang dikumpulkan dari survei dan observasi lapangan diolah untuk mengidentifikasi pola persepsi dan preferensi yang dominan, serta menentukan koordinat ideal untuk lokasi sentra kuliner. Hasil dari pemetaan menggunakan multidimensional scaling adalah Kelompok 1 terdiri dari SWK Babat Jerawat, SWK Balas Klumprik, SWK Bratang Binangun, SWK Dharmahusada, SWK Embong Sawo, SWK Indrapura, SWK Kapas Krampung, SWK Penjaringan Sari, SWK Rmi, SWK Tanah Merah Dan SWK Tandes. Kelompok 2 terdiri dari SWK Convention Hall, SWK Ketabang, SWK Klampis Ngasem, SWK Krembangan, SWK Sukomannggal, SWK Terminal Manukan, SWK Urip Sumoharjo, SWK Wiyung, Dan SWK Wonorejo. Kelompok 3 terdiri dari SWK Deles Mer, SWK Dharmawangsa, SWK Gayungan, SWK Gunung Anyar, SWK Kandangan, SWK Lidah Kulon, SWK Mulyorejo, SWK Sememi, Dan SWK Semolowaru. Dan yang terakhir Kelompok 4 terdiri dari SWK Bentul, SWK Dukung Menanggal, SWK Jajar Tunggal, SWK Karah, SWK Kembang Kuning, SWK Manukan Lor, SWK Pegirian, SWK Putro Agung, SWK Siwalan Kerto Dan SWK Taman Prestasi. Kelompok 1 sangat cocok dijadikan referensi wisata dikarenakan dekat dengan hotel, wisata dan masjid, kelompok 2 cocok dijadikan tempat sentra wisata atau usaha baru dikarenakan jauh dari berbagai lokasi strategis. Kelompok 3 cocok dikunjungi oleh penduduk sekitar karena dekat dengan perumahan dan masjid. Untuk kelompok 4 cocok dilewati oleh orang-orang sekitar yang lewat di daerah sekitar kelompok 4.

Kata kunci – Kuliner Berbasis Data, Multi Dimensional Scaling, Manajemen Strategi, Sentra Wisata Kuliner.

IMPLEMENTATION OF PLACEMENT OF CULINARY TOURISM CENTER WITH MULTIDIMENSIONAL SCALLING APPROACH: CASE STUDY: CITY OF SURABAYA

ABSTRACT

Optimal placement of culinary tourism centers is very important to increase the attractiveness of tourist destinations and support local economic growth. This study aims to implement the Multidimensional Scaling (MDS) method in determining the most appropriate location for culinary tourism centers in a city. The Multidimensional Scaling approach is used to map visitor and stakeholder perceptions of various location determinants, such as accessibility, supporting facilities, market potential, and environmental characteristics. Data collected from surveys and field observations are processed to identify dominant perception and preference patterns, and determine the ideal coordinates for the location of culinary centers. The results of mapping using multidimensional scaling are Group 1 consisting of SWK Babat Jerawat, SWK Balas Klumprik, SWK Bratang Binangun, SWK Dharmahusada, SWK Embong Sawo, SWK Indrapura, SWK Kapas Krampung, SWK Penjaringan Sari, SWK Rmi, SWK Tanah Merah and SWK Tandes. Group 2 consists of SWK Convention Hall, SWK Ketabang, SWK Klampis Ngasem, SWK Krembangan, SWK Sukomanggal, SWK Terminal Manukan, SWK Urip Sumoharjo, SWK Wiyung, and SWK Wonorejo. Group 3 consists of SWK Deles Mer, SWK Dharmawangsa, SWK Gayungan, SWK Gunung Anyar, SWK Kandangan, SWK Lidah Kulon, SWK Mulyorejo, SWK Sememi, and SWK Semolowaru. And finally Group 4 consists of SWK Bentul, SWK Dukung Menanggal, SWK Jajar Tunggal, SWK Karah, SWK Kembang Kuning, SWK Manukan Lor, SWK Pegirian, SWK Putro Agung, SWK Siwalan Kerto and SWK Taman Prestasi. Group 1 is very suitable as a tourist reference because it is close to hotels, tourist attractions and mosques, group 2 is suitable as a tourist center or new business because it is far from various strategic locations. Group 3 is suitable for local residents because it is close to housing and mosques. For group 4, it is suitable for people around who pass by the area around group 4.

Keywords - Data-Based Culinary, Multi Dimensional Scaling, Strategy Management, Culinary Tourism Center.