

Persepsi Wisatawan Terhadap Atraksi Wisata Kuliner di Kota Bandung

MOCHAMAD NAUFAL SALEHUDIN

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Institut Teknologi Nasional (ITENAS), Bandung, Indonesia

Email : mochamadnaufalsalehudin@itenas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian tentang persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung menunjukkan bahwa restoran merupakan jenis atraksi wisata kuliner yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, lebih spesifiknya yaitu restoran Indonesia. Wisatawan juga cenderung memilih makanan tradisional, dengan nasi goreng sebagai jenis makanan yang paling diminati. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik sampel yang digunakan adalah probability sampling dan teknik simple random sampling, dengan metode pengumpulan data yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka. Berdasarkan analisis persepsi menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan memiliki persepsi positif terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung, menunjukkan bahwa industri kuliner di kota Bandung telah memberikan pengalaman yang memuaskan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi pelaku industri kuliner untuk mengembangkan atraksi wisata kuliner yang lebih baik, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan memperkuat industri kuliner di Kota Bandung.

Kata kunci: *persepsi wisatawan, atraksi wisata kuliner, pengalaman wisata, tujuan wisata.*

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak sekali potensi di bidang kuliner. Salah satu penyebabnya adalah beragamnya suku budaya yang mendiami Indonesia. Selain itu juga didukung oleh rempah-rempah yang melimpah sebagai salah satu unsur berkembangnya kuliner, rempah-rempah tersebut digunakan oleh berbagai macam suku bangsa sehingga melahirkan beragam kuliner yang khas (Rukma & Narulita, 2018). Keberagaman tersebut kemudian menjadi suatu daya tarik yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung dengan tujuan ingin mencicipi kuliner dengan cita rasa yang berbeda di setiap daerahnya.

Bandung sebagai ibukota Jawa Barat juga merupakan suatu tempat destinasi berwisata terfavorit di Indonesia yang didalamnya memiliki kekayaan kuliner (Yudhistira & Octavia, 2016). Kekayaan kuliner tersebut menjadi suatu potensi wisata yang berkembang di Kota Bandung. Hal ini karena kuliner Bandung sangatlah unik dan beragam. Kota Bandung telah dijadikan sebagai pusat kuliner nusantara sejak tahun 1941 karena memiliki jumlah rumah makan yang terbanyak di seluruh Indonesia. Berbagai kuliner yang unik dan khas mudah dijumpai di berbagai sudut Kota Bandung. Beragam cita rasa hidangan modern hingga tradisional tersedia di Kota Bandung dari mulai restoran, rumah makan, pedagang kaki lima hingga café (Mufrino, 2016).

Kebanyakan wisatawan akan pergi ke suatu tempat kuliner karena mereka ingin menikmati hidangan khas yang ada di tempat tersebut. Banyak tempat yang kemudian menjadi banyak dikunjungi oleh wisatawan karena terdapat kuliner yang disukai oleh banyak orang, sehingga kuliner menjadi sebuah atraksi wisata yang bisa menarik orang untuk datang ke Kota Bandung.

Saat ini di seluruh penjuru daerah sedang berkembang wisata kuliner sebagai atraksi wisata, Kota Bandung merupakan salah satunya yang dikenal karena keberagaman kulinernya mulai dari tradisional, modern, street food, campuran, kontemporer dan lain-lainnya. Selain itu, terdapat juga pengusaha kuliner yang menjual kuliner negara lain seperti China, Arab, Jepang, Turki dan lainnya. Sehingga potensi untuk menjadi suatu destinasi wisata kuliner yang dimiliki Kota Bandung sangat besar (Nidar, 2018).

Namun demikian belum diketahui secara pasti apakah kuliner Kota Bandung bisa menjadi daya tarik untuk wisatawan atau tidak. Keberadaan atraksi wisata kuliner membuat restoran, rumah makan tradisional dan café di Kota Bandung selalu dipenuhi oleh pengunjung terlebih pada akhir pekan. Tetapi dengan penuhnya atraksi wisata kuliner tersebut belum diketahui apakah penuh tersebut akan menjadikan kuliner di Kota Bandung sebagai atraksi wisata yang baik atau tidak.

Maka dari itu, persepsi dari wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner tersebut sangat menarik untuk diteliti, terutama dengan adanya permasalahan yang berkembang dikalangan para wisatawan tersebut. Persepsi tersebut akan berpengaruh kepada keputusan wisatawan untuk mengunjungi tempat kuliner tersebut atau tidak, membeli produk kuliner tersebut atau tidak, apakah harganya sudah terjangkau atau tidak. Sehingga pengetahuan tentang persepsi tersebut sangatlah penting untuk memberikan masukan kepada para pemilik usaha di bidang kuliner untuk meningkatkan kualitas produk kuliner agar lebih baik lagi kedepannya dengan menyusun strategi yang akan membuat produk kuliner nya lebih diminati oleh para wisatawan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis data numerik dari responden terkait persepsi mereka terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung. Dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau kejadian yang terjadi pada suatu populasi atau sampel. Selain itu, penelitian ini bersifat cross-sectional, di mana data dikumpulkan pada satu waktu tertentu tanpa melibatkan pengukuran berulang pada waktu yang berbeda (Fitriana, 2012). Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian ini akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang persepsi responden terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, terdapat 2 metode pengumpulan data, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data primer diperoleh dengan melakukan survey ke lapangan secara langsung maupun menjawab beberapa susunan pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner terhadap wisatawan yang pernah berkunjung ke atraksi wisata kuliner di Kota Bandung. Sedangkan untuk data sekunder, diperoleh dari hasil studi literatur diantaranya berupa data jumlah wisatawan Kota Bandung, data jumlah penduduk Kota Bandung, dan data jumlah rumah makan dan restoran di Kota Bandung yang bersumber dari BPS Kota Bandung dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

2.3 Metode Analisis

Pada penelitian ini metode analisis diawali dengan menjelaskan tujuan atau keluaran dari penelitian ini. Tujuan disini terdiri dari tujuan utama dan tujuan spesifik yaitu :

1. Tujuan Utama
 - (a) Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung.
2. Tujuan Spesifik
 - (a) Menganalisis atraksi wisata kuliner di Kota Bandung dengan menggunakan analisis statistik deksripsi terhadap hasil *culinary tracking*.
 - (b) Menganalisis jenis kuliner yang tersedia di Kota Bandung dengan menggunakan analisis statistik deksripsi terhadap hasil *culinary tracking*. Tujuan ini akan memberikan gambaran tentang variasi dan kekhasan kuliner yang ditawarkan oleh Kota Bandung sebagai destinasi wisata kuliner.
 - (c) Menganalisis persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung secara keseluruhan dengan menggunakan analisis statistik dekripsi dan analisis persepsi terhadap hasil persepsi wisatawan yang terdapat pada kuesioner.

Data yang digunakan saat melakukan analisis dalam penelitian ini yaitu :

1. Hasil persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung
Data ini mencakup tanggapan atau penilaian wisatawan terhadap faktor-faktor yang relevan dengan atraksi wisata kuliner di Kota Bandung. Faktor-faktor ini termasuk persepsi terhadap rasa, tampilan penyajian, keunikan menu, kebersihan tempat, variasi menu, kualitas pelayanan, kemudahan mencapai lokasi, dan harga.
2. Data *Culinary Tracking*
Data ini merupakan catatan atau dokumentasi tentang atraksi wisata kuliner dan jenis kuliner yang tersedia di Kota Bandung. Data ini dapat mencakup daftar jenis atraksi wisata kuliner Kota Bandung, dan data jenis kuliner Kota Bandung yang menjadi objek penelitian.

Terdapat 3 teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis hasil dari data-data sebelumnya yaitu :

1. Analisis Statistik Deskriptif (*Descriptive Statistics Analysis*)
Statistik deskriptif dalam penelitian ini berfungsi untuk menganalisis atau memberikan gambaran yang lebih jelas tentang objek yang akan diteliti melalui data sampel dan populasi.
2. Analisis Persepsi (*Perception Analysis*)
Analisis persepsi dalam penelitian ini berupa penjelasan pernyataan terkait persepsi dalam kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala ordinal yang berfungsi untuk menganalisis terkait pernyataan didalam form/kuesioner yang bersifat persepsi.

3. HASIL ANALISIS

3.1 Analisis Analisis Atraksi Wisata Kuliner di Kota Bandung

Kota Bandung memiliki beragam atraksi wisata kuliner yang dapat memuaskan selera pengunjung, atraksi wisata kuliner di dalam penelitian ini terdiri dari restoran, café, street food, dan pasar kuliner. Setiap jenis atraksi wisata kuliner yang ada di Kota Bandung memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri. Restoran menawarkan berbagai jenis makanan dengan minuman suasana yang nyaman, café menawarkan jenis makanan dan minuman dengan suasana cozy, street food menawarkan makanan dan minuman yang harganya terjangkau dan mudah ditemukan di pinggir jalan, dan pasar kuliner menawarkan beragam jenis makanan dan minuman dalam satu lokasi. Semua jenis atraksi wisata kuliner di Kota Bandung dapat memuaskan selera kuliner dan menjadi pengalaman wisata kuliner yang berbeda bagi para pengunjung.

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang telah diuji dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif, ditemukan bahwa sebanyak 85,58% wisatawan memilih restoran sebagai atraksi wisata yang paling banyak dikunjungi saat berkunjung ke Kota Bandung. Lebih spesifik lagi, jenis restoran yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan saat berkunjung ke Kota Bandung adalah Restoran Indonesia, dengan persentase sebesar 82,04%. Adapun Rumah Makan Ampera, dengan persentase 3,03%, juga termasuk dalam restoran Indonesia yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan di Kota Bandung.

Mayoritas responden mengatakan merasa mudah untuk mencapai lokasi atraksi wisata kuliner tersebut, yaitu dengan persentase sebesar 58,4%. Ketika ditanya mengenai alasan mereka berkunjung ke atraksi wisata kuliner tersebut, mayoritas responden menjawab alasan mereka berkunjung adalah karena penasaran dengan persentase sebesar 48,94%, diikuti dengan alasan karena enak sekitar 23,88%. Kemudian juga tak lupa soal kebersihan tempat dan kualitas pelayanan, 51,8% responden mengatakan bahwa kebersihan tempat di atraksi wisata kuliner Kota Bandung sangatlah baik dan sekitar 66,9% wisatawan mengatakan bahwa atraksi wisata kuliner di Kota Bandung memiliki pelayanan yang baik. Tak hanya itu, mayoritas wisatawan saat ditanyai mengenai darimana mereka mengetahui atraksi wisata kuliner di Kota Bandung tersebut, 43,50% wisatawan menjawab mereka mengetahui atraksi kuliner tersebut melalui rekomendasi teman. Dalam hal fasilitas parkir, sekitar 67,85% responden merasa nyaman dengan parkir yang ada di atraksi wisata kuliner di Kota Bandung.

3.2 Analisis Analisis Jenis Kuliner di Kota Bandung

Kota Bandung merupakan kota yang terkenal dengan beragam jenis kuliner yang dapat memikat selera wisatawan. Beberapa jenis kuliner yang terdapat di Kota Bandung sangat beragam, mulai dari Makanan Tradisional, Makanan Modern, Makanan Jalanan, Makanan

China, Makanan Jepang, hingga Makanan Korea. Jenis kuliner tersebut dapat memenuhi kebutuhan kuliner wisatawan dari berbagai kalangan dan selera.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang diuji dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif menunjukkan bahwa 67,77% wisatawan memilih makanan tradisional sebagai jenis kuliner yang banyak dikonsumsi saat berkunjung ke Kota Bandung. Nasi goreng menjadi jenis makanan tradisional yang paling diminati dengan persentase 5,67%, diikuti oleh martabak dan mie ayam dengan persentase 3,30%. Dalam hal kisaran harga, steak menjadi makanan dengan harga tertinggi yaitu sebesar Rp. 335.000, sedangkan batagor dan risol menjadi makanan dengan harga terendah yaitu sebesar Rp. 5.000. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas wisatawan lebih memilih kuliner dengan harga yang murah dengan persentase 64,07%, diikuti oleh harga yang terjangkau dengan persentase 29,08%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan lebih memilih kuliner yang terjangkau dan tidak membebani anggaran mereka. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa sebagian wisatawan lebih memilih membawa oleh-oleh makanan tidak khas daripada makanan khas, dengan persentase makanan khas 31% dan makanan tidak khas sebesar 69%. Dalam kategori oleh-oleh makanan tidak khas, keripik pisang dan brownies menjadi pilihan utama dengan persentase masing-masing sebesar 11%.

3.3 Analisis Persepsi Wisatawan terhadap Atraksi Wisata Kuliner di Kota Bandung

Selain analisis atraksi wisata kuliner dan jenis kuliner yang paling diminati oleh wisatawan, penelitian ini juga mengambil data mengenai persepsi wisatawan terhadap faktor-faktor lain seperti rasa, tampilan penyajian, keunikan menu, kebersihan tempat, variasi menu, kualitas pelayanan, kemudahan mencapai lokasi dan harga dari jenis kuliner yang mereka nikmati. Berikut ini, akan dibahas mengenai hasil analisis persepsi wisatawan terhadap faktor-faktor tersebut untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai identifikasi jenis kuliner yang ada di Kota Bandung

Tabel 1. Persepsi Wisatawan Terhadap Atraksi Wisata Kuliner di Kota Bandung

Persepsi Wisatawan Terhadap Atraksi Wisata Kuliner di Kota Bandung						
No	Persepsi	S5	S4	S3	S2	S1
1	Rasa	78,5%	20,1%	1,4%	0,0%	0,0%
2	Tampilan Penyajian	66,4%	27,0%	6,1%	0,5%	0,0%
3	Keunikan Menu	12,3%	56,7%	29,8%	1,2%	0,0%
4	Kebersihan Tempat	51,8%	45,2%	3,1%	0,0%	0,0%
5	Variasi Menu	42,1%	34,8%	18,2%	3,5%	1,4%
6	Kualitas Pelayanan	29,8%	66,9%	3,3%	0,0%	0,0%
7	Kemudahan Lokasi	6,9%	58,4%	27,4%	7,3%	0,0%
8	Harga	8,3%	70,2%	18,2%	3,3%	0,0%

Keterangan :

S5 : Sangat Positif S4 : Positif S3 : Netral S2 : Negatif S1 : Sangat Negatif

Berdasarkan data tabel persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner yang diperoleh dari tanggapan responden terkait persepsi dalam kuesioner menunjukkan adanya variasi persepsi terhadap berbagai aspek atraksi wisata kuliner. Berikut merupakan penjelasannya :

1. Persepsi terhadap Rasa:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "sangat enak (S5)" dengan persentase 78,5%. Sedangkan jumlah terendah terdapat pada kategori "rata-rata (S3)" dengan 1,4%.
2. Persepsi terhadap Tampilan Penyajian:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "sangat menarik (S5)" dengan persentase 66,4%. Sedangkan terendah terdapat pada kategori "tidak menarik (S2)" dengan 0,5%.
3. Persepsi terhadap Keunikan Menu:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "unik (S4)" dengan persentase 56,7%. Sedangkan jumlah terendah terdapat pada kategori "tidak unik (S2)" dengan 1,2%.
4. Persepsi terhadap Kebersihan Tempat:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "sangat baik (S5)" dengan persentase 51,8%. Sedangkan jumlah terendah terdapat pada kategori "rata-rata (S3)" dengan 3,1%.
5. Persepsi terhadap Variasi Menu:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "sangat variatif (S5)" dengan persentase 42,1%. Sedangkan terendah terdapat pada kategori "sangat tidak variatif (S1)" dengan persentase 1,4%.
6. Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "baik (S4)" dengan persentase 66,9%. Sedangkan terendah terdapat pada kategori "rata-rata (S3)" dengan persentase 3,3%.
7. Persepsi terhadap Kemudahan Lokasi:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "mudah (S4)" dengan persentase 58,4%. Sedangkan jumlah terendah terdapat pada kategori "sangat mudah (S5)" sebesar 6,9%.
8. Persepsi terhadap Harga:
Jumlah persepsi tertinggi terdapat pada kategori "murah (S4)" dengan persentase 70,2%. Sedangkan jumlah terendah terdapat pada kategori "mahal (S2)" sebesar 3,3%.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa dalam hal atraksi wisata kuliner, restoran menjadi jenis atraksi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, dengan persentase mencapai 85,58%. Lebih spesifik lagi, Restoran Indonesia menjadi jenis restoran yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan saat berkunjung ke Kota Bandung, yaitu dengan persentase sebesar 82,04%, dimana 67,77% wisatawan memilih makanan tradisional sebagai jenis kuliner yang banyak dikonsumsi saat berkunjung ke Kota Bandung dengan jenis makanan nasi goreng menjadi jenis makanan tradisional yang paling diminati dengan persentase 5,67%. Kisaran harga makanan juga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke tempat kuliner tersebut atau tidak, dimana mayoritas wisatawan lebih memilih kuliner dengan harga yang murah dengan persentase 64,07%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan lebih memilih kuliner yang terjangkau dan tidak membebani anggaran mereka.

Selain itu, Berdasarkan hasil analisis persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung, didapatkan hasil bahwa mayoritas wisatawan memberikan persepsi positif terhadap atraksi wisata kuliner di Kota Bandung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata kuliner di Kota Bandung telah memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para wisatawannya. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku industri kuliner di Kota Bandung telah berhasil memberikan kualitas dan layanan yang baik. Dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengembangan produk kuliner, para pelaku industri kuliner dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk mengembangkan atraksi wisata kuliner yang lebih baik lagi, sehingga Kota Bandung dapat menarik lebih banyak wisatawan, memberikan pengalaman yang memuaskan, dan dapat memperkuat industri kuliner yang ada di Kota Bandung.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Customer, P., Terhad, E., Repurchase, A. P., Universitas, I., & Indonesia, P. (2016). *Mufrino, 2016 PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHAD AP REPURCHASE INTENTION Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*. 1–12.
- FITRIANA, D. M. (2012). Persepsi Masyarakat Tentang Pelayanan Kesehatan Masyarakat yang Menggunakan Program Jaminan Kesehatan Nasional di RSUD Dr. H. Slamet Martodirdjo. *Persepsi Masyarakat Tentang Pelayanan Kesehatan Masyarakat Yang Menggunakan Program Jaminan Kesehatan Nasional Di RSUD Dr. H. Slamet Martodirdjo*, 44.
- Nidar, S. R., Sutisna, S., & Firmansyah, E. A. (2018). Kunjungan Wisatawan dan Bisnis Kuliner di Kota Bandung. *ULTIMA Management*, 10(1), 52–64.
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v10i1.793>
- Rukma, D. F. S., & Narulita, M. D. (2018). Image Bandung Culinary Travel Destination as Seen From The Perception of Tourists to The City of Bandung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17(02), 126–138.
- Yudhistira, M. G., & Octavia, D. (2016). *ANALISIS DAYA TARIK KOTA BANDUNG SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA BERDASARKAN MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE*. 3(2), 254.