

Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung

by Muhammad Fernanda

Submission date: 05-Jul-2024 09:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2412678892

File name: INPAUD_-_VOLUME._1,_NO.3_JULI_2024_HAL_01-13.docx (55.26K)

Word count: 4224

Character count: 28105

Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung

Muhammad Fernanda Aria¹, Widiya Hidayanti²

^{1,2}Prodi D3 Usaha Perjalanan Wisata, Stiepar Yapari Aktripa, Kota Bandung, Indonesia

muhfernandaaria@gmail.com¹ widiyahidayanti2@gmail.com

Abstract. Culinary is currently known as one of the potentials of a tourist destination, culinary offerings in the form of food or snacks typical of a tourist destination are sought after by tourists who come to visit, trying local culinary delights has become an experience that tourists want to experience. The development of the tourism industry can provide opportunities for tourism products including culinary delights in the city of Bandung. The high development of the tourism industry provides enormous opportunities for the community to participate in the development of culinary tourism, which is currently still very limited in number. The aim of this article is to analyze the tourist attraction of culinary tourism in Bandung. This research uses qualitative research methods based on the results of observations and literature studies by describing the attractions of culinary tourism in Bandung. The results of this article explain traditional local culinary foods.

Keywords: Culinary, Traditional Food, Tourist Attraction, Culinary Tourism

Abstrak. Kuliner saat ini dikenal sebagai salah satu potensi yang dimiliki suatu destinasi wisata, sajian kuliner berupa makanan ataupun jajanan khas suatu destinasi wisata dicari oleh wisatawan yang datang berkunjung, mencoba kuliner lokal telah menjadi pengalaman yang ingin dirasakan wisatawan. Perkembangan industri pariwisata dapat memberikan peluang bagi produk-produk wisata termasuk kuliner di Kota Bandung. Tingginya perkembangan industri pariwisata, memberikan peluang yang sangat besar bagi masyarakatnya, untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan wisata kuliner, yang saat ini masih sangat terbatas jumlahnya. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis daya tarik wisata pada wisata kuliner di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif berdasarkan hasil observasi dan kajian Pustaka dengan mendeskripsikan daya tarik pada wisata kuliner di Bandung. Hasil tulisan ini menjelaskan bahwa makanan tradisional kuliner lokal

Kata kunci: kuliner, makanan tradisional, daya tarik wisata, wisata kuliner

PENDAHULUAN

Pariwisata kuliner telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai kota di dunia, termasuk di Indonesia. Kota Bandung, sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat, memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata kuliner berkat kekayaan kuliner tradisional dan inovasi makanan yang terus berkembang.

Salah satu sektor yang sangat baik untuk dikembangkan dalam rangka pembangunan suatu kota adalah sektor pariwisata. Banyak sekali kota di dunia ini yang telah membuktikannya, misalnya Paris. Sebagai ibu kota Perancis, Paris telah mengembangkan sektor pariwisata sebagai sektor yang diunggulkan. Sektor pariwisata telah berkontribusi dalam mengembangkan kota dan menggiatkan pembangunan dengan penyerapan tenaga kerja secara signifikan. Negara lainnya seperti Thailand juga mengandalkan sektor pariwisata sebagai

sumber pendapatan untuk pembangunan. Bangkok merupakan kota andalan untuk menarik wisatawan untuk datang ke sana. Pemerintah Thailand memperoleh manfaat ekonomi yang besar. Salah satunya adalah penyerapan tenaga kerja. Sektor pariwisata juga menyumbang pembangunan infrastruktur pendukung pariwisata seperti hotel, restoran, café, transportasi, dan lainnya. Kota Bandung merupakan salah satu destinasi pariwisata terfavorit di Indonesia dan diharapkan menjadi kota andalan di Indonesia yang menarik jumlah wisatawan baik asing maupun domestik. Berikut ini data wisatawan di Kota Bandung.

Sektor pariwisata memegang peranan vital dalam menunjang perekonomian di suatu daerah karena memiliki keterkaitan pada pertumbuhan ekonomi daerah. Pengembangan sektor pariwisata akan memberikan efek terhadap pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah memberikan efek terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar yang berdekatan dengan objek wisata yang dikembangkan. Para wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk mendapatkan pengalaman baru destinasi wisata yang mereka tuju. Salah satu pengalaman yang dicari oleh wisatawan adalah menikmati kuliner atau makanan. Konsep “glokalisasi” dimana suatu usaha mengglobalkan potensi lokal berpengaruh kepada pendekatan di industri pariwisata, khususnya pada daya tarik wisata berbasis kuliner lokal. Hal lain adalah bahwa konsumsi merupakan gaya hidup, termasuk konsumsi terhadap makanan (Marketing Outlook, Tahun 2017). Konsumsi terhadap makanan, “saat ini”, telah menjadi bagian dari proses penciptaan pengalaman baru yang menarik dalam kehidupan hampir bagi sebagian besar umat manusia. Melalui makanan, manusia bisa mengurangi rasa stress (walaupun untuk sementara), disamping dapat memenuhi fungsinya sebagai penghilang rasa lapar. Berbicara makanan, tidak akan terlepas dari travelling, yang saat ini, tidak lagi berbiaya tinggi. Tingginya konsumsi masyarakat terhadap barang, sebagai gambaran tingginya minat masyarakat dalam upaya untuk mendapatkan fun dari makanan atau fun of food. Baik fun maupun food, keduanya merupakan dimensi pendukung kegiatan pariwisata, sehingga dapat dikatakan bahwa tingginya konsumsi masyarakat terhadap barang, sebagai gambaran tengah bertumbuhnya industri pariwisata, di samping ditunjang oleh adanya pergeseran pemaknaan masyarakat terhadap makna liburan, bahwa liburan menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini (marketing outlook, tahun 2017). Fenomena bertambahnya kebutuhan pokok masyarakat, dengan menambahkan liburan sebagai kebutuhan pokok tambahan; pesatnya perkembangan industri pariwisata; murahnya biaya liburan sehingga terjangkau oleh semua daya beli lapisan masyarakat; tingginya tuntutan masyarakat untuk mendapatkan pengalaman baru dari gaya hidup konsumtif; telah menjadi fenomena masyarakat di hampir setiap kota besar. Kondisi ini pun tengah marak terjadi di Jawa Barat, termasuk di Kota Bandung, yang menyiratkan pesan,

bahwa Bandung pun tidak ketinggalan, dari Kota Besar lainnya, untuk beradaptasi terhadap perkembangan gaya hidup, masyarakat urban.

14 Jawa Barat merupakan kumpulan berbagai jenis alam yang sangat indah dengan daya tarik budaya yang mempesona. Keanekaragaman budaya yang ada ditunjukkan melalui keanekaragaman buah karyanya baik yang berupa nilai, norma adat, maupun yang berupa karya seni. Gambaran tersebut, juga merupakan gambaran Kota Bandung yang dikenal sebagai kota dengan sejuta sajian kuliner yang menarik seperti kuliner tradisional, modern dan percampuran antara keduanya. Beberapa jenis produk kuliner Bandung merupakan makanan yang biasanya digunakan sebagai makanan pokok dan jajan. Salah satunya jajanan tradisional khas Bandung yang digemari adalah surabi. Jajanan ini berbahan dasar tepung beras dan santan yang dibakar di atas kayu bakar dengan menggunakan alat tradisional tungku dan cetakan khusus dari tanah liat. Surabi pada umumnya ada tiga jenis, yaitu dinikmati dengan rasa manis dengan menggunakan cairan gula merah atau kinca; dinikmati dengan rasa pedas menggunakan oncom; dan bisa juga dinikmati dengan rasa asin yang dicampur dengan telur.

19 Kota Bandung merupakan salah satu tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Di Bandung wisatawan dapat menemukan beragam keunikan yang ditawarkan di kota wisata ini seperti keindahan alam, wisata buatan, wisata belanja, wisata kuliner, dsb. Hampir setiap pekan terlebih jika musim liburan panjang, Kota Bandung menjadi salah satu destinasi wisata yang dipadati oleh wisatawan yang pada umumnya berasal dari Jakarta. Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata unggulan pariwisata Provinsi Jawa Barat. Kondisi daya tarik yang dimiliki Kota Bandung sebagai “fuel factor” wisatawan mengunjungi Kota Bandung Menunjukkan Potensi Produk Pariwisata Yang signifikan terhadap pengembangan dan peningkatan struktur perekonomian daerah. Potensi ini juga mampu memacu percepatan pertumbuhan usaha pariwisata (akomodasi, makan dan minum, biro dan agen perjalanan wisata, hiburan dan rekreasi) dan usaha lain yang terkait dengan pariwisata (usaha perdagangan, usaha jasa telekomunikasi dan informasi, usaha jasa transportasi serta usaha sarana umum) yang pada dasarnya ditujukan untuk mencapai pemerataan dan peningkatan kesejahteraan daerah dan masyarakat.

18 Wisata kuliner sangat potensial untuk dikembangkan, kini mengeksplorasi kuliner suatu destinasi sudah menjadi bagian penting dalam itinerary atau rencana perjalanan yang akan dilakukan oleh wisatawan, dibandingkan mengunjungi landmark yang sudah terlalu terekspos atau pergi jalan-jalan untuk berbelanja. Eksplorasi kuliner telah menjadi tujuan utama dari perjalanan wisata yang mana artinya wisatawan sengaja memilih suatu destinasi karena daya tarik kulinernya. Wisatawan yang datang ke destinasi wisata kuliner

biasanya tertarik terhadap kuliner khas daerah yang dituju, mereka mencari kuliner tersebut untuk dicoba dan dinikmati, mereka merasa belum lengkap rasanya pengalaman berwisata yang mereka alami bila tidak mencoba kuliner khas daerah yang dikunjungi.

13

Tabel 1.

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Kota Bandung 2021-2023

Sumber: BPS Kota Bandung (2023)

Jenis Wisatawan	Jumlah Wisatawan Menurut Jenis (Jiwa)		
	2021	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	33 961	37 285	38 570
Wisatawan Domestik	4 973 649	6 546 960	7 713 937
Jumlah	5 007 610	6 584 245	7 752 507

Jumlah Wisatawan Menurut Jenis di Kota Bandung

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dengan citra Kota Bandung sebagai kota wisata kuliner yang sudah terbentuk sejak dulu, maka sangat banyak masyarakat awam membagikan pengalaman kuliner di berbagai artikel-artikel di internet. Hal ini sangat bermanfaat untuk sebagian orang karena dari artikel-artikel tersebut mereka mendapatkan gambaran tentang kuliner di kota Bandung atau dapat dijadikan referensi dalam pemilihan kota tujuan wisata kuliner.

Tabel 2.

Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Kota Bandung

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Wisata Kuliner	Wisata Belanja
1. Makanan dan Minuman asli lokal (batagor, gepuk, bandrek, cilok, cireng).	1. seni kerajinan asli lokal
2. Pasar Tradisional (cihapat, kosambi, pasar baru. dll)	2. wisata oleh-oleh (kartika sari, mayasari
3. Urban Kampung	3. fashion (jeans, batik patra komala Bandung
4. Bandoeng Heritage Food Tour	4. belajar membuat kerajinan asli
5. Farming (lahan pertanian, perkebunan, peternakan)	5. arsitektur peninggalan lokal.

Kota Bandung yang berbatasan langsung dengan Kota Lembang juga memberikan peluang untuk mengaitkan wisata kuliner dan belanja dengan destinasi lain, perkebunan atau peternakan yang banyak tersebar di Kawasan Lembang. Pembuatan tahu, produk-produk susu sapi, strawberry dapat dinikmati langsung di Kawasan ini. Produk wisata kuliner dan belanja saat ini dikenal oleh wisatawan melalui peran media sosial, seperti Instagram dan Facebook, serta beberapa event pariwisata di Kota Bandung. Wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung, tidak akan melupakan untuk berfoto di lokasi wisata kuliner maupun belanja, dan langsung mengunggahnya ke media social. Wisata kuliner dan belanja di Kota Bandung sudah dikembangkan dengan mengadakan event-event yang menarik terutama menyasar segmen pasar milenial, di antaranya Bandung Great Sale, Braga Culinary Night, Keuken Fest.

Berdasarkan hal-hal diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung serta untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di Kota Bandung.

METODE PENELITIAN

Artikel ini disusun menggunakan metode desk study dengan melakukan tinjauan/studi literatur, yaitu menggunakan data yang didapat pada literatur atau bacaan yang terindeks secara daring/online pada laman basis data artikel atau bacaan yang populer di Indonesia yaitu Google Scholar. Artikel atau bacaan yang relevan dicari menggunakan mesin pencari dalam dengan memasukkan kata kunci “Kuliner Bandung”. Analisis dilakukan dengan meninjau relevansi berdasarkan topik yang akan dibahas, dilihat dari judul, kemudian hal yang dilakukan adalah membuat ringkasan dari metode, hasil, pembahasan kesimpulan dan saran yang dipaparkan, kemudian mengkomparasi dengan artikel lainnya yang juga relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung

Wisata kuliner memang menjadi salah satu daya tarik utama Kota Bandung. Varian produk kuliner yang ditawarkan Kota Bandung yang khas mampu memberikan sebuah petualangan baru bagi para wisatawan. Menu dengan ciri khas yang unik seperti yang ditawarkan oleh berbagai jenis restoran sunda dengan suasana tempo dulu bahkan sampai dengan jenis restoran berkelas dapat wisatawan temukan di Kota Bandung. Makanan khas sunda yang menjadi sajian kuliner khas Kota Bandung kian diminati wisatawan, terlihat dari semakin banyaknya restoran Sunda yang bermunculan yang menawarkan sajian khas kuliner

Sunda dengan dikemas dalam gaya pedesaan yang tradisional. Tidak hanya itu, mengingat Kota Bandung sarat dengan sejarah penjajahan Belanda, restoran dengan sajian serta arsitektur gaya Belanda dengan menempati bangunan bersejarah Kota Bandung seperti Indischetafel dan Bandoengsche Melk Centrale (BMC) juga menjadi daya tarik kuliner bagi para wisatawan. Selain kemenarikan tempat dan kekhasan sajian kuliner, daya tarik wisata kuliner Kota Bandung juga ditunjang oleh keramahmatan warga lokal serta pada pelayanan yang ada di lokasi wisata kuliner.

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan wisata kuliner. Hal tersebut dikarenakan Indonesia memiliki kekayaan etnis dan budaya yang beragam, salah satu kekayaan etnis dan budaya yang dimiliki Indonesia adalah kuliner khas yang unik dan berbeda dari masing-masing daerah di seluruh pelosok Indonesia. Daya tarik kuliner khas daerah mendorong wisatawan untuk berkunjung ke daerah-daerah dalam rangka mencicipi kuliner setiap daerah yang memiliki citarasa yang berbeda. Dampak positif yang ditimbulkan dari berkembangnya wisata kuliner tidak hanya bagi pendapatan negara dan daerah yang meningkat, tetapi juga akan meningkatkan pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat lokal. Oleh karena itu kemampuan mengolah, menyajikan, menampilkan, mempromosikan makanan dengan baik sangat menentukan penghasilan dari sektor pariwisata secara keseluruhan.

Hal ini juga turut menjadi motivasi psikologis bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bandung. Selain itu, sajian kuliner Kota Bandung juga didukung oleh inovasi kreatif yang dilakukan terus menerus oleh para pelaku bisnis. Produk kuliner yang awalnya hanya sekedar makanan atau jajanan tradisional, dikemas secara apik dan modern, dengan tetap mengumbar cita rasa tradisional, hingga pada akhirnya mampu dikenal luas di antara wisatawan domestik maupun mancanegara. Contohnya: Keripik Pedas Maicih, Warung Lele Lela, dan lain-lain. Adapun wisatawan menilai citra Kota Bandung sebagai wisata kuliner berdasarkan apa yang mereka dengar maupun rasakan terhadap aspek-aspek wisata kulinernya. Persepsi tersebut muncul tidak hanya pada wisatawan yang telah mengunjungi Kota Bandung, tetapi juga calon wisatawan yang mendengar dan mengetahui baik langsung maupun tidak langsung informasi-informasi mengenai apa yang ada di Kota Bandung. Adapun calon wisatawan tersebut berharap citra Kota Bandung yang diterima akan sama dengan apa yang ia ekspektasikan sebelumnya. Wisata kuliner Kota Bandung diharapkan akan memberikan pengalaman baru serta kepuasan bagi wisatawan baik pada produk, tempat, atmosfer, maupun aspek-aspek pendukung wisata kuliner lainnya. Sehingga sangat penting bagi pelaku bisnis kuliner dan juga pemerintah untuk

memahami sejauh mana wisatawan telah menilai citra Kota Bandung yang ada di benak mereka.

Citra yang baik merupakan harta yang sangat tinggi nilainya bagi destinasi manapun. Citra yang baik mendukung daya saing destinasi dalam jangka menengah dan panjang. Citra yang baik dapat menjadi perisai destinasi pada saat menghadapi masa decline. Disamping itu citra yang baik dapat menjadi daya tarik handal, meningkatkan efektifitas strategi serta menghemat biaya pemasaran. Oleh karena itu setiap destinasi mempunyai kewajiban untuk membangun citra destinasi yang akan dikedepankan.

Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner

Kebijakan pemerintah dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di wilayah Kota Bandung memiliki peran penting dalam meningkatkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor ekonomi utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan pemerintah yang telah diimplementasikan dan dampaknya terhadap pembangunan dan pengembangan pariwisata di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dan analisis kebijakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Kota Bandung telah mengimplementasikan berbagai kebijakan yang mendukung pembangunan dan pengembangan pariwisata. Beberapa kebijakan yang diadopsi meliputi peningkatan infrastruktur pariwisata, pengembangan atraksi wisata, promosi pariwisata, pelatihan dan pengembangan SDM pariwisata, serta pembenahan regulasi pariwisata. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata Kota Bandung, meningkatkan aksesibilitas, meningkatkan kualitas layanan, dan meningkatkan keberlanjutan pariwisata. Dampak dari kebijakan ini terlihat dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung, pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata, peningkatan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan daerah. Selain itu, pariwisata juga memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan budaya, serta meningkatkan citra Kota Bandung sebagai destinasi wisata yang menarik. Penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk memberikan informasi acuan bagi pemerintah Kota Bandung dan pemangku kepentingan lainnya dalam membuat keputusan terkait pembangunan pariwisata.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang berada di Jawa Barat dan merupakan destinasi yang menjadi pilihan favorit di Provinsi Jawa Barat. Warga masyarakat kota Bandung memiliki kreativitas tinggi baik di bidang seni, kerajinan, kuliner dan fashion sehingga kota Bandung sekarang dikenal sebagai kota wisata belanja dan kuliner. Pada awalnya Bandung sangat terkenal dengan wisata alam dan wisata budaya, namun sekarang kondisi tersebut mulai berubah, dan Bandung lebih dikenal sebagai kota wisata belanja dan wisata kuliner. Hal itu

terjadi terutama di pusat kota (Bandung bagian utara) yang didominasi oleh aktivitas perdagangan dan jasa.

Studi menurut Komala Dewi, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil seiring dengan peningkatan hasil pembangunan infrastruktur, membawa perubahan dalam gaya hidup. Kebutuhan rekreasi berupa pariwisata didukung dengan ketersediaan dan kemudahan aksesibilitas menuju destinasi. Meningkatnya jumlah wisatawan berdampak pada semakin banyaknya sarana penunjang dan tawaran aktivitas wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan yang tinggal di destinasi wisata. Beberapa kota di Indonesia sudah dikenal dengan wisata kulinernya, sehingga setiap akhir pekan atau hari libur kota-kota tersebut banyak dikunjungi oleh wisatawan yang datang untuk mencicipi kuliner tersebut. beberapa aspek yang menjadi faktor penarik bagi sebuah destinasi yaitu kedekatan geografis dengan pasar, aksesibilitas dari pasar, ketersediaan fasilitas, ketersediaan daya tarik wisata, hubungan budaya dan spiritual, keterjangkauan biaya, kedamaian, stabilitas dan keamanan, citra destinasi yang dilihat pasar serta kebijakan yang mendukung pariwisata. Destinasi dan bisnis pariwisata terus mencari cara untuk meningkatkan dan memposisikan penawaran mereka. Mereka bertujuan untuk mencapai posisi yang lebih baik dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Setiap tujuan harus memberikan pengalaman berharga dan operator pariwisata harus mencurahkan sumber daya mereka untuk melayani tamu mereka melalui penawaran mereka.

Daya Tarik Wisata Kuliner Kota Bandung

Wisata kuliner dan belanja merupakan salah satu daya tarik wisata di sebuah destinasi wisata, yang menyediakan pengalaman bagi wisatawan yang datang untuk merasakan cita rasa sekaligus budaya dari sebuah destinasi. Wisata Definisi wisata kuliner harus mempertimbangkan sudut pandang pengalaman pengunjung, karena seperti bentuk pariwisata lainnya, aktivitas pariwisata tergantung pada permintaan. Dapat dikatakan bahwa wisata kuliner merupakan gabungan dari suatu bentuk perilaku konsumen, dimana kuliner adalah cara untuk mengalami budaya dan cita rasa yang baru, Strategi yang digunakan destinasi untuk mengembangkan dan memasarkan daya tarik dan pencitraan kuliner. Oleh karena itu, ini adalah kegiatan pariwisata yang berkontribusi untuk memperkaya pengalaman liburan di destinasi wisata dan untuk mencapai tujuan ekonomi dan sinergi dalam pemanfaatan produk lokal, cara unik untuk membedakan penawaran tujuan melalui branding. Dengan pertumbuhan yang cepat dari industri pariwisata global, belanja sebagai salah satu kegiatan favorit wisatawan telah menjadi kontributor ekonomi yang signifikan bagi industri pariwisata dan ritel. Pentingnya berbelanja dalam keseluruhan pengalaman wisatawan telah mulai menarik perhatian yang meningkat dari produsen produk terkait pariwisata, pemasar, pengecer, dan peneliti. Aktivitas

belanja sering kali merupakan kategori pengeluaran paling signifikan untuk liburan dan perjalanan aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain bahwa wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut. Saat ini wisata kuliner adalah sebuah segmen industri pariwisata yang sedang berkembang dan seringkali dikaitkan dengan berbagai aktivitas budaya. Dari penjelasan tersebut dapat disampaikan bahwa seni kuliner merupakan suatu seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman serta berbagai hal yang berhubungan dengan makanan dan minuman tersebut, mulai dari persiapan, pengolahan, penyajian dan penyimpanannya. Seni kuliner Kota Bandung adalah suatu seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman yang memiliki ciri yang khas spesifik dari hidangan tradisional di seluruh pelosok Kota Bandung. International Culinary Tourism Association (ICTA) menyatakan wisata kuliner bukan hal yang baru, berhubungan dengan agrowisata namun lebih berfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan untuk menikmatinya. Wisata kuliner dapat memajukan pengalaman gastronomi yang khusus dan mengesankan. Jika di tengok ke belakang, wisata kuliner adalah suatu wadah yang penting untuk membantu perkembangan ekonomi dan pembangunan masyarakat dan dapat mengembangkan pemahaman antar budaya. Wisata kuliner dapat ditemukan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti daya tarik alami, lanskap, pantai, iklim, dan keragaman destinasi yang lain, daya tarik budaya, seperti sejarah, cerita rakyat, agama, dan kegiatan pertunjukan khas serta bernilai seni, festival, daya tarik sosial, cara hidup, penduduk asli, bahasa, daya tarik bangunan, arsitektur modern, monumen, taman, dan wisata air. Menurut Damanik dan Weber menyebutkan bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yaitu memiliki keunikan, orisinalitas, otentisitas, dan keragaman. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata. Originalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian, yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau tidak mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian. Bedanya dengan orisinalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat kecantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata. Otentisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja.

Atribut belanja pariwisata. Untuk meningkatkan daya tarik area perbelanjaan bagi wisatawan, menyarankan kriteria spesifik berikut: pengelompokan dari berbagai toko, catering,

rekreasi, dan kegiatan dan atraksi lainnya, Aksesibilitas dan parkir yang baik, Prioritas pedestrian atas kendaraan, Citra positif, Desain yang menarik (estetika), Ketersediaan selama waktu senggang (misalnya hari Minggu), Keramah tamahan (orientasi pengunjung, informasi yang memadai, identifikasi simbolisme), Nilai afektif social, Keindahan atau animasi, dengan unsur-unsur kejutan.

Perencanaan strategis dan manajemen diterapkan di tempat tujuan. Di mana inovasi dalam pariwisata berlangsung -produk baru harus dikembangkan dan "pengalaman" disampaikan kepada wisatawan untuk meningkatkan daya tarik area perbelanjaan bagi wisatawan, Hal ini perlu diupayakan agar masyarakat lokal yang pertama-tama akan mendapatkan manfaat dari adanya kegiatan wisata kuliner dan belanja ini.

Analisis potensi pariwisata kuliner di Kota Bandung mengungkap berbagai daya tarik yang menjadikan kota ini sebagai destinasi wisata kuliner yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Berikut adalah beberapa daya tarik utama:

Keanekaragaman Kuliner

- Hidangan Khas. Bandung terkenal dengan berbagai hidangan khasnya seperti Batagor, Seblak, Nasi Timbel, dan Mie Kocok. Keanekaragaman ini mencerminkan kekayaan budaya dan tradisi kuliner lokal yang unik. Inovasi Kuliner. Selain hidangan tradisional, Bandung juga dikenal dengan kreativitas dan inovasi dalam kuliner, seperti berbagai jenis jajanan kekinian yang sering muncul dan menjadi tren di kalangan anak muda.

Warisan Budaya

- Sejarah Kuliner. Makanan di Bandung tidak hanya menawarkan cita rasa yang lezat tetapi juga sejarah dan cerita di baliknya. Banyak kuliner di Bandung yang memiliki sejarah panjang dan berkaitan erat dengan budaya Sunda dan pengaruh kolonial. Festival Kuliner. Bandung sering menjadi tuan rumah berbagai festival kuliner yang menarik banyak pengunjung, baik dari dalam maupun luar negeri. Festival ini menampilkan berbagai hidangan lokal dan internasional serta menjadi ajang promosi bagi pelaku industri kuliner.

Lokasi Strategis.

- Aksesibilitas. Bandung memiliki akses yang mudah dari Jakarta dan kota-kota besar lainnya melalui jalan tol dan jalur kereta api. Hal ini memudahkan wisatawan untuk berkunjung dan menikmati kuliner di Bandung. Iklim Sejuk. Dengan iklim yang sejuk dan nyaman, Bandung menjadi tempat yang ideal untuk menikmati berbagai jenis makanan, baik di tempat makan tradisional maupun di kafe-kafe modern.

Pengalaman Wisata Kuliner

- Wisata Jalanan. Bandung menawarkan pengalaman kuliner jalanan yang autentik dengan berbagai pilihan makanan yang dapat dinikmati di sepanjang jalan-jalan kota. Kafe dan Restoran Tematik. Banyak kafe dan restoran di Bandung yang menawarkan konsep tematik yang unik, memberikan pengalaman kuliner yang berbeda dan menarik bagi pengunjung.

Kontribusi Ekonomi Lokal

- Pemberdayaan UMKM. Pariwisata kuliner di Bandung mendukung perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Produk Lokal. Banyak makanan dan minuman yang ditawarkan di Bandung menggunakan bahan-bahan lokal, membantu meningkatkan permintaan dan pendapatan bagi petani dan produsen lokal.

Keragaman Wisata Tambahan

- Pariwisata Alam dan Budaya. Selain kuliner, Bandung juga menawarkan berbagai destinasi wisata alam dan budaya yang dapat melengkapi pengalaman wisata kuliner. Wisatawan dapat menikmati keindahan alam pegunungan, kebun teh, dan atraksi budaya seperti pertunjukan seni tradisional.

Edukasi dan Pembelajaran

- Tur Kuliner dan Workshop. Bandung menawarkan tur kuliner dan workshop memasak yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar tentang kuliner lokal, teknik memasak, dan budaya makan setempat.
- Museum dan Pusat Informasi Kuliner. Beberapa tempat di Bandung menyediakan informasi sejarah dan budaya kuliner, memberikan wawasan tambahan bagi pengunjung tentang pentingnya makanan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Bandung.

Daya tarik ini menjadikan pariwisata kuliner di Bandung sebagai salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang, memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi kota dan masyarakat setempat.

KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah Kota Bandung memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata kuliner berkat keanekaragaman kuliner, faktor budaya, dan kreativitas masyarakatnya. Untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan strategi pengembangan yang berkelanjutan, termasuk peningkatan infrastruktur, promosi yang lebih gencar, dan pelatihan bagi pelaku usaha kuliner. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat penting untuk keberhasilan pengembangan pariwisata kuliner di Bandung. Kuliner Bandung merupakan refleksi dari kekayaan budaya dan sejarah kota ini. Keragaman dan keunikan makanan di Bandung tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga memperkaya pengalaman wisata dan menumbuhkan perekonomian lokal. Pengembangan lebih lanjut dalam sektor kuliner dan pariwisata dapat menjadikan Bandung sebagai pusat gastronomi yang semakin dikenal di kancah nasional maupun internasional.

Potensi wisata kuliner di Indonesia dianggap sangat potensial untuk dikembangkan dan dapat menjadi daya tarik wisata di suatu destinasi tidak hanya sebagai sarana pelengkap pariwisata sebagaimana sebelumnya. Hal tersebut karena banyak wisatawan masa kini yang menganggap menikmati makanan khas daerah yang mereka kunjungi adalah suatu hal yang penting dan merupakan bagian dari pengalaman berwisata. Makanan juga merupakan salah satu barang atau produk yang digemari dan dibeli oleh wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh sebagai tanda mereka pernah mengunjungi suatu destinasi yang selanjutnya oleh-oleh tersebut untuk dinikmati sendiri maupun untuk diberikan ke orang lain sebagai buah tangan.

Untuk mewujudkan potensi pariwisata kuliner di Bandung, beberapa langkah strategis yang perlu dilakukan antara lain:

- Meningkatkan infrastruktur pendukung untuk memudahkan akses ke destinasi kuliner.
- Meningkatkan kebersihan dan sanitasi di pusat-pusat kuliner.
- Mengoptimalkan pemasaran digital untuk mempromosikan kuliner Bandung.
- Mendorong kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal untuk mengembangkan program-program pariwisata kuliner yang berkelanjutan.

Dengan langkah-langkah tersebut, pariwisata kuliner di Bandung dapat berkembang lebih pesat, memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar, dan memperkuat posisi Bandung sebagai destinasi wisata unggulan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, D.T., Silvanita, A, Alfatur, F. (2011). Bandung Culinary: Analysis of Factors that Influence Consumer in Buying Tahu Jeletot. The 3rd Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship, & Small Business (IICIES 2011). Bandung: CIEL SBM ITB. Retrieved from <https://bit.ly/2HkAJP6>
- Alma, Buchari. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. <http://ejournal.uajy.ac.id/11009/3/2TA14280.pd>
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber.2006. Perencanaan Ekowisata. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Komala Dewi, R. (2017). The Representation of Culinary Experience as the Future of Indonesian Tourism Cases in Bandung City, West Java. International Journal of Business and Economic Affairs, 2(5). <https://doi.org/10.24088/ijbea-2017-25001>
- Okumus, F., Kock, G., Scantlebury, M. (2013). Using local cuisines when promoting small Caribbean island destinations. Journal of Travel and Tourism Marketing. Diakses Dari Emerald Publishing Limited, 30(4)
- Putra et.al. 2014. The Evaluation of Indonesia Import Policies of Garlic. Green Journal of Business and Management Studies Vol 5 (1). Pp. 016-030.
- Seminar Nasional INDOBALI 2019 Inovasi Baru dalam Penelitian Sains, Teknologi dan Humaniora 242 Kautsar, Muthi Achadiat. 2018. "Food Tourism Rises as New Trend In Travel". The Jakarta Post <https://www.thejakartapost.com/life/2018/10/14/food-tourism-rises-as-new-trend-in-travel.html>(14 Oktober 2018)
- Syarifuddin, D. 2017. Nilai Budaya Batik Tasik Parahyangan Sebagai Daya Tarik Wisata Jawa Barat, Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Volume 14, No.2, Oktober 2017. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	disparekraf.bonebolangokab.go.id Internet Source	2%
2	journal.aptii.or.id Internet Source	2%
3	eproceeding.itenas.ac.id Internet Source	2%
4	ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id Internet Source	1%
5	www.detik.com Internet Source	1%
6	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	1%
7	www.prosiding-pkmcsr.org Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
9	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	1 %
11	www.atlantis-press.com Internet Source	1 %
12	ejournal.undip.ac.id Internet Source	1 %
13	amptajurnal.ac.id Internet Source	1 %
14	ejournal.upi.edu Internet Source	1 %
15	nur-e-s-fisip.web.unair.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	1 %
17	journal.untar.ac.id Internet Source	1 %
18	jurnal.peneliti.net Internet Source	1 %
19	akrabjuara.com Internet Source	1 %
20	Submitted to Surabaya University Student Paper	1 %
21	repository.unhas.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13
