

PENGEMBANGAN KULINER TRADISIONAL LENGKONG KECIL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KOTA BANDUNG

Khoirul Fajri¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI

Khoirul.fajri@yahoo.com

Zia Kemala²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI

kemala.zia@gmail.com

ABTRACT

This research is about the development of traditional culinary in the Lengkong sub-district as a tourist attraction. This research is expected to be able to explore local wisdom as traditional culinary to innovate into contemporary traditional culinary, so as to increase tourist attraction in the city of Bandung. The method used in this research is using descriptive qualitative method. The data collection techniques used in this study were observation, interviews and documentation studies. This study has several key informants, namely traditional food sellers in Lengkong Kecil, Head of Lengkong Tourism Activists (PWL), Head of RW 01 to Head of RW 04, Paledang Village, Lengkong District, Paledang Village Head and Lengkong Sub-District Head. The first step is conduct field observations and then to deepen the data, interviews are conducted. After obtaining sufficiently complete data, a documentation study was carried out to strengthen the data that had been collected. Based on the results of the analysis of tourist attraction through fulfilling the indicators of what to see, what to do, what to buy, what to arrive and what to stay, Lengkong Kecil traditional culinary has good potential. Meanwhile, from the SWOT analysis, alternative development strategies can be carried out through an aggressive strategy by maximizing opportunities to increase strength so that it can be concluded that alternative strategies and strategic priorities can be applied to the development of Lengkong Kecil traditional culinary.

Keywords: Culinary tourism, Development, Bandung tourist attraction, SWOT Analysis, IFAS & EFAS Matrix; QSPM

ABSTRAK

Penelitian ini tentang pengembangan kuliner tradisional di wilayah kecamatan Lengkong sebagai daya tarik wisata. Penelitian ini diharapkan dapat menggali kearifan lokal sebagai kuliner tradisional untuk berinovasi menjadi kuliner tradisional yang kekinian, sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisata di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Penelitian ini memiliki beberapa informan kunci yaitu penjual makanan tradisional di

Lengkong kecil, Ketua Penggiat Wisata Lengkong (PWL), Ketua RW 01 hingga ketua RW 04 kelurahan Paledang kecamatan Lengkong, Lurah Paledang dan Camat Lengkong. Adapun langkah pertama yaitu melakukan observasi lapangan lalu untuk memperdalam data maka selanjutnya dilakukan wawancara. Setelah mendapatkan data yang cukup lengkap maka dilakukan studi dokumentasi untuk memperkuat data yang sudah terkumpul. Berdasarkan hasil analisa daya tarik wisata melalui pemenuhan indikator *what to see, what to do, what to buy, what to arrived dan what to stay* kuliner tradisional Lengkong Kecil mempunyai potensi yang bagus. Sedangkan dari analisa SWOT untuk strategi alternatif pengembangan dapat dilakukan melalui strategi agresif dengan memaksimalkan peluang untuk meningkatkan kekuatan sehingga dapat dibuat kesimpulan bahwa strategi alternatif dan prioritas strategi dapat diterapkan pada pengembangan kuliner tradisional Lengkong Kecil.

Kata Kunci : *Wisata kuliner, Pengembangan, Daya Tarik wisata Bandung, Analisis SWOT, Matriks IFAS & EFAS, QSPM*

PENDAHULUAN

Menurut humas pemerintah kota Bandung, diperoleh data bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan kunjungan wisatawan sebesar 50 persen atau berkisar 3,2 juta wisatawan. Jumlah wisatawan tersebut lebih rendah dibandingkan pada tahun 2019 yang terhitung sekitar 7,4 juta. Sedangkan jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2019 diperoleh data sekitar 350 ribu orang dan salah satu faktor yang membuat wisatawan mengunjungi Bandung adalah makanan. Kota Bandung pernah meraih penghargaan Indonesia Attractiveness Award 2019 (IAA) Kategori Kota Besar Terbaik Sektor Pariwisata Indonesia peringkat Gold. (Bisnis.com). Selain itu kota Bandung pada tahun 2021 juga dinobatkan sebagai salah satu kota dengan sebutan ‘surga’ kuliner dengan menu jajanan tradisional terbaik di kawasan Asia versi ‘Taste Atlas Awards 2021’ (www.kompas.com). Taste Atlas merupakan situs asal Kroasia yang fokus mengulas soal makanan tradisional, resep lokal, dan restoran autentik dari seluruh dunia. Dan menurut data dari situs tersebut Ada sekitar 16 jajanan makanan dan dua minuman lokal khas Bandung yang masuk ke dalam rekomendasi TasteAtlas melalui laman resminya. Sajian kuliner khas Bandung yang jadi favorit adalah batagor, mi kocok, kupat tahu, dan soto Bandung.

Sebuah survei mengenai perilaku para wisatawan mengungkapkan bahwa bagi lebih dari sepertiga wisatawan di Asia Pasifik, makanan dan minuman adalah faktor penentu dalam memilih tujuan wisata mereka (Rahayu, 2014). Oleh karena itu, untuk mendukung daya tarik wisata perlu jasa penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage service*) yang baik, seperti restoran, rumah makan dan toko (Ansofino, 2012). Di samping mencari makanan untuk memenuhi kebutuhan primernya, wisatawan akan mencari makanan khas daerah setempat. Makanan khas pada umumnya berupa makanan tradisional yang keberadaannya hanya ada di daerah tujuan wisata (Harsana, 2020). Makanan tradisional tersebut menunjukkan kearifan lokal dan merupakan identitas suatu daerah, seperti yang dikatakan oleh Tyas (2017) bahwa makanan tradisional atau makanan khas merupakan identitas yang dapat mencirikan suatu daerah atau masyarakat sehingga mudah diingat. Menurut Xiaomin (2017) kriteria atau karakteristik makanan tradisional adalah adanya penggunaan bahan endogen yang digunakan dalam masakan yaitu adanya bahan baku lokal

yang unik dan khas setempat. karena bahan dan bumbu masakan unik, maka citarasa dan aroma yang dihasilkannya menjadi unik pula.

Kendatipun demikian, makanan tradisional kini bersaing dengan makanan internasional yang dipasarkan secara masal dan beraneka ragam. Sementara makanan tradisional di produksi oleh industri kecil atau rumah tangga yang masih sederhana. Seperti yang dikemukakan oleh Margi (2013) menyatakan bahwa terbentuknya cara pandang masyarakat modern tentang cara pengolahan hidangan tradisional dianggap kurang efisien dan menghabiskan waktu lama sehingga resep-resep tradisional yang diwariskan secara turun-temurun dari nenek moyang sudah banyak mengalami perubahan, bahkan sebagian hidangan tradisioanal sudah tidak dikenal oleh generasi muda saat ini. Berdasarkan uraian di atas tujuan khusus dari penelitian ini adalah mengetahui potensi aneka kuliner tradisional di Lengkong Kecil kota Bandung dan pengembangan kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata di Kota Bandung

Untuk mewujudkan Lengkong Kecil menjadi daerah daya tarik wisata dalam hal kuliner yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar dan kota Bandung umumnya, pemenuhan indikator *what to see, what to do, what to buy, what to arrived dan what to stay* perlu diperhatikan dalam pengembangan menuju daya tarik wisata. Maka untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan ke 2 (dua) secara akurat perlu dilakukan perumusan secara spesifik, yaitu hasil yang didapatkan berdasarkan *Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)* dan *Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS)* untuk Pengembangan Kuliner Lengkong menjadi daya tarik wisata di Kota Bandung dan hasil strategi alternatif yang dilakukan oleh Peneliti berdasarkan analisis SWOT untuk Pengembangan Kuliner Lengkong menjadi daya tarik wisata di Kota Bandung

Wisata Kuliner

Kata wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu *voyages culinaires* (Prancis) atau *culinary travel* (Inggris) yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan masak-memasak. Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (*International Culinary Tourism Association/ICTA*) wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata.

Jenis wisata dibagi menjadi tujuh jenis yaitu wisata olahraga, wisata religius, wisata agro, wisata gua, wisata belanja, wisata ekologi dan wisata kuliner (Ismayanti, 2010). Wisata kuliner sendiri merupakan jenis wisata yang tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dengan memakan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, melainkan juga mendapatkan pengalaman menarik dengan memakan dan memasak aneka ragam makanan khas tiap daerah. (Kristiana, 2018)

Menurut Winarno (2008) industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan mancanegara maupun lokal karena keragaman makanan dan minuman khas yang ada di setiap daerah. Kuliner khas Indonesia sangat beragam. Selain dari sisi harga makanan dan minuman yang ada di dalam negeri ini lebih terjangkau dibandingkan dengan makanan luar negeri (Besra, 2012).

Adapun bagian-bagian dari wisata kuliner yang dapat dijadikan sebagai daya tarik adalah festival kuliner, menu tradisional dan suasana restoran (Baltescu, 2016). Kuliner merupakan bagian dari atraksi wisata yang tidak bisa dipisahkan ketika wisatawan berkunjung ke suatu tempat. Kuliner adalah salah satu cara dalam memperkenalkan keunikan suatu daerah wisata (Ottenbacher & Harrington, 2013). Menurut Seogiarto (2018), kuliner adalah masakan dalam hal ini merupakan hasil proses memasak. Sedangkan Wisata kuliner adalah pengalaman perjalanan ke daerah gastronomi untuk rekreasi atau tujuan

hiburan, yang mencakup kunjungan ke produsen makanan primer dan sekunder, festival, pameran makanan, peristiwa, petani pasar, acara memasak dan demonstrasi, mencicipi produk makanan berkualitas, atau kegiatan pariwisata yang berhubungan dengan makanan (Global Report on Food Tourism, 2012:6).

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Daya tarik ini meliputi panorama keindahan alam, lembah, ngarai, danau, air terjun, gua, pantai, iklim dan lain sebagainya (Suryadana dan Octavia, 2015). Menurut Liga Suryadana dan Vany Octavia (2015:54) suatu daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata bila memiliki sifat:

1. Keunikan, contoh: bakar batu (di Papua) sebuah cara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu dibakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut.
2. Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari-hari.
3. Kelangkaan, sulit ditemui di daerah/Negara lain.
4. Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan.

Meskipun belum menjadi produk wisata utama dan hanya sebagai wisata pelengkap, namun wisata kuliner ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi subproduk yang mendukung potensi wisata yang sudah ada. Menurut Hakim (2009) kita harus memusatkan perhatian kita pada kiprah bisnis kuliner di dalam industri pariwisata Indonesia. Berdasarkan teori di atas maka penelitian dapat menarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dilengkapi dengan keunikan, keaslian, kelangkaan yang dapat menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan yang mengunjungi suatu daerah tertentu

Pengembangan

Pengembangan pariwisata akan berhasil dengan baik jika penerapan komponen-komponen pariwisata dilakukan secara integratif, yaitu: 1) Pengembangan menyangkut aktivitas dan daya tarik wisata; 2) Pengembangan tentang transportasi; 3) Pengembangan tentang akomodasi yang baik dan nyaman; 4) Pengelolaan tentang elemen-elemen institusional; 5) Pengembangan tentang infrastruktur; 6) Pengembangan tentang pelayanan dan fasilitas wisata lainnya (Inskeep dalam Keliwer, 2011).

Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilakukan secara, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri kearah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi mandiri (Iskandar Wiryokusumo dalam Afrilianasari :2014)

Analisa SWOT

Teknik pengolahan data yang digunakan peneliti adalah analisis SWOT, analisis SWOT merupakan sebuah bentuk analisis dimana situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif. Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi yang ada sebagai faktor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Akan tetapi, analisis SWOT hanyalah sebuah alat analisis yang ditunjukkan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi oleh organisasi ataupun komunitas dan bukan merupakan sebuah alat analisis yang mampu memberikan jalan keluar bagi masalah-masalah yang dihadapi oleh suatu organisasi ataupun komunitas. SWOT ialah metode dalam perencanaan strategis yang dipakai untuk mengevaluasi dari faktor Kekuatan (*strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) dalam suatu organisasi atau perusahaan, metode ini merupakan metode yang dapat menganalisis serta dapat mempelajari keadaan sesuatu secara objektif dan akurat (Zhang, 2012).

- 1.) *Strategi SO*: Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perencanaan dan untuk pengembangan kuliner tradisional lengkung sebagai daya tarik wisata yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2.) *Strategi ST*: Strategi ini adalah dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki Kuliner Tradisional Lengkong untuk mengatasi ancaman.
- 3.) *Strategi WO*: Strategi ini dipeterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan yang ada.
- 4.) *Strategi WT*: Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Dari teori Prastiti, 2012, konseptual QSPM dengan menentukan daya tarik relative dari strategi yang dibangun berlandaskan faktor-faktor keberhasilan eksternal dan internal yang paling penting. Dalam pengembangan QSPM juga dibutuhkan sejumlah keputusan subyektif untuk membuat setiap keputusan-keputusan kecil selama proses meningkatkan profitabilitas yang keputusan strategi akhir tercapai adalah yang terbaik.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan gambaran mengenai potensi wisata kuliner yang ada di Kecamatan Lengkong secara jelas.

Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data sekunder dan tersier maka penelitian ini dilaksanakan di Jalan Lengkong Kecil Kecamatan Lengkong kota Bandung. Kecamatan lengkung menjadi tempat penelitian karena memiliki potensi wisata kuliner yang bervariasi dan menarik. Lengkong adalah sebuah kecamatan di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Terdiri dari 7 Kelurahan, yaitu : Kelurahan Burangrang, Kelurahan Cijagra, Kelurahan Cikawao, Kelurahan Lingkar Selatan, Kelurahan Malabar, Kelurahan Paledang, dan Kelurahan Turangga. Turangga merupakan kelurahan paling luas yang menguasai 29,31% luas secara keseluruhan, sedangkan Paledang yang paling kecil sebesar 5,2%. Kecamatan Lengkong

dalam Angka 2020 yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung, Lengkong" Kecamatan Lengkong berada di ketinggian antara 673-730 meter di atas permukaan air laut. Secara administratif, Kecamatan Lengkong memiliki 65 Rukun Warga (RW) dan 430 Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah total penduduk 71.295 yang terdiri dari 35.405 laki-laki dan 35.888 perempuan. Kelurahan Burangrang memiliki jumlah penduduk terbanyak yaitu 15.129 orang. Jumlah penduduk paling sedikit berada di Kelurahan Cikawao sebesar 8.539 orang.

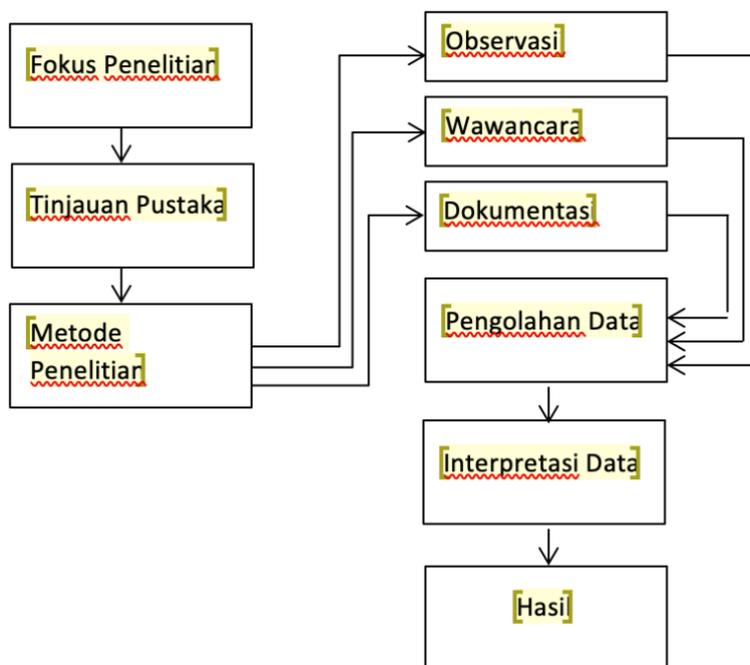
Lengkong termasuk dalam kawasan bisnis Kota Bandung, Di wilayah dengan luas lahan 575 Hektare ini, tercatat ada 55 hotel dan 13 wisma penginapan, 58 supermarket, serta 99 restoran. Di bidang keuangan, terdapat 22 bank umum pemerintah, 37 bank umum swasta, dan enam bank perkreditan rakyat. Sedangkan koperasi yang masih aktif beroperasi mencapai 11 koperasi simpan pinjam. Penelitian ini dilakukan sejak bulan Juni hingga November 2022.

Target/Subjek Penelitian

Target penelitian ini adalah daya tarik wisata kuliner yang ada di Jalan Lengkong Kecil. Berdasarkan hasil pra penelitian yang menunjukkan bahwa di Jalan Lengkong Kecil kelurahan Paledang Kecamatan Lengkong kota Bandung, memiliki potensi wisata kuliner yang baik. Dimana wisata kuliner Jalan Lengkong Kecil memiliki 82 penjual kuliner yang tersebar di empat RW disepanjang jalan Lengkong Kecil.

Prosedur

Desain penelitian adalah alat yang memandu peneliti dalam melaksanakan penelitian dengan baik. Dalam penelitian ini peneliti memiliki metode untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data atau menerjemahkan data yang terkumpul kemudian membuat pengembangan dan penjualan untuk mempromosikan wisata kuliner tradisional di Kota Bandung.



Gambar 1: Desain Penelitian

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh terkait dengan potensi objek wisata kuliner di kecamatan lengkong. Serta data sekunder, yaitu data mengenai gambaran umum objek wisata kuliner di Kecamatan Lengkong. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Pemaparannya adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik terbaik dalam pengumpulan data. Segala aktivitas, kegiatan dan situsi dapat dilakukan dengan observasi (Miriam, 1994:89). Observasi dilakukan untuk melihat gambaran umum tentang wisata kuliner di Lengkong Kecil, terutama menyangkut potensi yang sudah ada, sarana prasarana, lingkungan fisik, pola perilaku pengunjung dan kehidupan masyarakat sekitar.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik penting bagi seorang peneliti untuk mengecek tingkat akurasi sebuah data (Franken and Wallern, 2007) wawancara dilakukan untuk menggali informasi penting terkait penelitian. Wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak-pihak yang memahami tentang konteks penelitian (pengembangan wisata kuliner), yaitu: penikmat kuliner, para penjual makanan tradisional yang ada di Lengkong Kecil, Camat Lengkong, Ketua penggiat wisata lengkong, pakar industri wisata kuliner, Dinas Pariwisata, serta para akademisi dan asosiasi yang turut berperan dan mempunyai atensi terhadap pengembangan wisata kuliner.

c. Dokumentasi.

Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2005:82-83). Dalam penelitian ini studi dokumentasi dilakukan untuk menjaring informasi tentang pengembangan wisata kuliner yang sudah dilaksanakan selama ini serta data-data kaitannya dengan gambaran umum

wilayah penelitian. Penelusuran dokumentasi dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di kota Bandung dan instansi-instansi lain yang menyimpan informasi tentang potensi wisata kuliner. Selain itu, juga digunakan literatur, baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.

Teknik Analisis Data

Hasil pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi data oleh para peneliti, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Data diolah sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya yaitu mengenai potensi wisata kuliner dan juga cara pengembangannya. Selanjutnya peneliti mengelompokkan data berdasarkan hal-hal yang akan diteliti mulai dari *what to see*, *what to do*, *what to buy*, *what to arrived* dan *what to stay*. Setelah itu dilakukan SWOT analysis mengenai *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS), *Eksternal Factor Analysis Strategy* (EFAS) serta strategi alternatif yang harus dilakukan untuk Pengembangan Kuliner Lengkong menjadi daya tarik wisata di Kota Bandung.

Setelah data diolah maka langkah selanjutnya adalah interpretasi data. Interpretasi Data adalah upaya peneliti untuk menghasilkan makna dari data yang diteliti dan dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian tersebut. Analisis dilakukan dengan cara memilih, dan mengelompokkan data yang ada, merangkumnya, kemudian menyajikan dalam bentuk yang mudah dibaca atau dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penjelasan dari Camat Lengkong, Ibu Dra. Aniya Rachmawati SP, M.Si, yang diperkuat oleh bidang Ekbang Bapak Bagus menyampaikan, Kecamatan Lengkong memiliki rencana pengembangan sebagai pusat kecamatan Pariwisata di Kota Bandung. Adapun saat ini, diakui Agus, potensi pariwisata wilayah tersebut ada tiga, yakni kuliner, fashion, dan wisata religi. Di jalan Burangrang, Talagabodas, Buahbatu, dan Lengkong kecil banyak wisata kuliner dengan berbagai macam makanan. Selain itu ada terdapat juga kampung toleransi di Paledang. Adapun gambaran wilayah lengkong sebagai berikut :



Gambar 2. Peta Wilayah Kecamatan Lengkong

Kota Bandung memiliki potensi wisata kuliner yang besar. Hal ini dibuktikan dengan Kota Bandung menempati urutan ke lima sebagai Kota terbaik untuk makakan tradisional pada tahun 2021. Hal ini berdasarkan hasil penilaian dari www.goodstats.id.



Gambar 3. Urutan Peringkat Kota Terbaik

Tidak heran jika Kota Bandung dijadikan salah satu tujuan wisata kuliner. Wisata kuliner menjadi sebuah gaya hidup baru dari masyarakat secara tidak sadar, dimana kebiasaan makan tidak hanya menjadi kebutuhan primer, tetapi juga menjadi kebutuhan tersier (Prayogi, 2017). Makanan merupakan bagian penting dari liburan, sehingga kunjungan ke restoran cenderung menjadi pengalaman puncak bagi para wisatawan (Blichfeldt, Chor, Ballegaard, 2010). Banyak daerah yang menyediakan wisata kuliner khas di Kota Bandung salah satunya ada di Kecamatan Lengkong.

Potensi Kuliner Tradisional Lengkong Kecil

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Kecamatan Lengkong memiliki potensi wisata kuliner yang baik. Dimana salah satunya wisata kuliner di Jalan Lengkong kecil kelurahan Paledang yang terdapat 82 penjual kuliner yang tersebar di empat RW. Dimana 90% terdiri dari menu internasional dan 10% menu tradisional. Oleh karena itu, hal ini merupakan tantangan yang besar bagi makanan tradisional untuk mempertahankan diri sekaligus berkembang sehingga dapat mengangkat citra makanan tradisional dan memenangkan persaingan. Namun terlepas dari hal tersebut, wisata kuliner merupakan bagian dari wisata secara keseluruhan dan mendukung potensi wisata yang lain. Sehingga dapat menarik para wisatawan untuk datang berkunjung dan berbelanja. Menu khas daerah yang beragam menjadi salah satu daya tariknya.

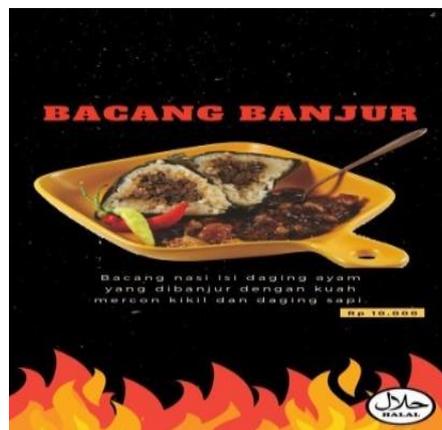
Merujuk pada teori daya tarik wisata Surdayana dan Octavia (2015:54) Bahwa potensi aneka kuliner tradisional di Lengkong kota Bandung memiliki:

1. Keunikan: adanya berbagai menu tradisional yang dimodifikasi
2. Keaslian: Menu masakan tradisional menggunakan bahan-bahan asli daerah.
3. Kelangkaan: ada beberapa menu tradisional yang dulu tidak ada, kembali dihidupkan.
4. Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan

Meskipun belum menjadi produk wisata utama dan hanya sebagai wisata pelengkap, namun wisata kuliner ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi subproduk yang mendukung potensi wisata yang sudah ada. Menurut Hakim (2009) kita harus memusatkan perhatian kita pada kiprah bisnis kuliner di dalam industri pariwisata Indonesia. Menurut Winarno (2008) industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan mancanegara maupun lokal karena keragaman makanan dan minuman khas yang ada di setiap daerah. Orang tidak sulit untuk mencari kuliner yang sesuai pilihan, karena begitu banyak pilihan menu dari pedas, manis, asin, asam, pahit dan dari mulai sayuran, ikan, ayam serta berbagai minuman semuanya ada di menu kuliner Indonesia. Menu favorit di Wisata Kuliner Lengkong Kecil adalah Steak Mantan sebagai makanan utama, cilok bojot sebagai jajanan kawula muda, dan sekoteng kacang ijo sebagai minumannya.



Gambar 4. Cimol Bojot



Gambar 5. Bacang Banjar



Gambar 6. Baso Goreng



Gambar 7. Sekoteng Kacang Ijo

Sesuai dengan yang disampaikan oleh Camat di Kecamatan Lengkong "Pusat kuliner di Kota Bandung, semua makanan enak nya itu ada di Lengkong khususnya Lengkong Kecil." Selain itu hasil dari penelitian ini dapat diuraikan juga bahwa kondisi potensi kuliner di Jalan Lengkong Kecil sebagai berikut ;

a. *What to do:*

Yang dapat dilakukan di kawasan wisata kuliner lengkong adalah aneka kuliner yang tersedia di sepanjang jalan Lengkong ketika di malam hari. Terdapat 82 penjual aneka kuliner baik makanan dan minuman yang dapat dipilih dan dicicipi.

b. *What to see:*

Yang dapat dilihat adalah tampilan music, cara penyajian dan pengolahan makanan secara langsung.

c. *What to buy:*

Yang dapat dibeli di kawasan ini tentu saja aneka menu kuliner tradisional yang beraneka ragam seperti: nasi liwet nasi bakar, olahan aci, minuman tradisional, dan lain lain.

d. *What to arrives:*

Berkaitan dengan transportasi, wisatawan dapat dengan sangat mudah untuk menggunakan public transportation seperti angkot, bisa, ojek online dan kendaraan pribadi tapi untuk kendaraan pribadi masih terkendala dengan parkir yang sangat terbatas, sehingga apabila jumlah kendaraan pribadi meningkat, maka wisatawan akan kesulitan untuk memarkirkan kendaraanya.

e. *What to stay:*

Berkaitan dengan penginapan, wisata kuliner Lengkong ini berdekatan dengan kampung toleransi dimana terdapat berbagai homestay dan juga hotel yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan dan selera wisatawan.

pengembangan kuliner tradisional Lengkong Kecil sebagai daya tarik wisata di Kota Bandung.

Analisa SWOT

Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan ancaman (Threat) sehingga wisata kuliner di Kecamatan Lengkong dapat melakukan pengembangan. Berikut hasil analisis SWOT yang dilakukan di wisata kuliner Lengkong.

A. Lingkungan Internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan yang dimiliki oleh wisata kuliner Lengkong adalah:

1. Memiliki aneka kuliner tradisional, nasional dan juga internasional yang dapat ditawarkan kepada konsumen di wisata kuliner Lengkong
2. Memiliki Letak strategis di pusat kota dan dapat dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi dari arah barat jl dalem kaum/tamblong, dari arah selatan jl karapitan, dari arah timur jl A Yani dari arah utara jl tamblong.
3. Dekat dengan hotel-hotel non dan bintang; Preanger bintang 5, Savoy Homman bintang 4, Mercure bintang 4, Ibis bintang 3 dan lain lain.
4. Dekat dengan destinasi/daya tarik wisata : jl. Braga, jl Asia Afrika dg museum KAA, pusat bangunan2 heritage kota bandung, Alun2 kota Bandung, masjid Agung kota Bandung, rumah wayang, kampung toleransi, pusat parfum paledang.

Kelemahan yang dimiliki oleh wisata Kuliner Lengkong adalah:

1. Belum tersedianya informasi mengenai peta wisata kuliner yang ada di Lengkong
2. Belum tersedianya lahan parkir yang memadai bagi konsumen yang menggunakan kendaraan pribadi terutama kendaraan beroda empat.
3. Tarik ulur atau tidak adanya kebijakan yang pasti dari pemkot perihal kegiatan wisata kuliner lengkong karena kurang sinkronnya koordinasi antar SKPD yang ada.
4. Kurangnya sarana toilet dan air bersih.

B. Lingkungan Eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman

Peluang yang dimiliki oleh wisata kuliner Lengkong

1. Tingkat omset transaksi di area kuliner lengkong yang mencapai Rp. 800jt per hari. Sehingga memungkinkan untuk ditingkatkan dan diseriuskan oleh pemkot dlm pengelolaannya sehingga terbentuknya wisata kuliner lengkong secara legal.
 2. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar lengkong kecil : tukang parkir yang sudah mencapai 20 orang, petugas kebersihan mencapai 5 orang, penyuplai bahan2 masakan kuliner.
 3. Semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang mengunjungi wisata kuliner Lengkong
 4. Kuliner Lengkong Kecil semakin terkenal berkat kemajuan teknologi informasi dan media promosi di berbagai platform.
 5. Semakin berkembangnya wisata kuliner yang ada di Lengkong
 6. Adanya dukungan dari pemerintah untuk pengembangan wisata kuliner
- Ancaman yang dihadapi oleh wisata kuliner Lengkong
1. Bermunculannya restoran cepat saji kebarat baratan
 2. Makin marak dan digandrungi makanan kekinian seperti makanan Korea
 3. Sewaktu-waktu kegiatan dapat dihentikan oleh salah satu SKPD di kota Bandung krn belum adanya SK kelegalitasan dari walikota
 4. Timbulnya masalah sosial dalam hal kriminal bila tidak ada preventif dari keamanan yg legal.
 5. Menambah kantong kantong kemacetan jalan sekitar wilayah lengkong bila tidak ada pengaturan sedini mungkin.

Tabel 1. Hasil analisis SWOT

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">IFAS</div>	<p>Kekuatan (Strenght)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki aneka kuliner tradisional, nasional dan juga internasional yang dapat ditawarkan kepada konsumen di wisata kuliner Lengkong 2. Memiliki Letak strategis di pusat kota dan dapat dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi dari arah barat jl dalem kaum/tamblong, dari arah selatan jl karapitan, dari arah timur jl A Yani dari arah utara jl tamblong. 	<p>Kelemahan (weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum tersedianya informasi mengenai peta wisata kuliner yang ada di Lengkong 2. Belum tersedianya lahan parkir yang memadai bagi konsumen yang menggunakan kendaraan pribadi terutama kendaraan beroda empat. 3. Tarik ulur atau tidak adanya kebijakan yang pasti dari pemkot perihal kegiatan wisata kuliner lengkong karena kurang sinkronnya koordinasi antar SKPD yang ada. 4. Kurangnya sarana toilet dan air bersih
--	---	--

<p style="text-align: center;">EFAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Dekat dengan hotel-hotel non dan bintang; Preanger bintang 5, Savoy Homman bintang 4, Mercure bintang 4, Ibis bintang 3 dan lain lain. 4. Dekat dengan destinasi/daya tarik wisata : jl. Braga, jl Asia Afrika dg museum KAA, pusat bangunan2 heritage kota bandung, Alun2 kota Bandung, masjid Agung kota Bandung, rumah wayang, kampung toleransi, pusat parfum paledang 	
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat omset transaksi di area kuliner lengkong yang mencapai Rp. 800jt per hari. Sehingga memungkinkan untuk ditingkatkan dan diseriuskan oleh pemkot dlm pengelolaannya sehingga terbentuknya wisata kuliner lengkong secara legal. 2. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar lengkong kecil : tukang parkir yang sudah mencapai 20 orang, petugas kebersihan mencapai 5 orang, penyuplai bahan2 masakan kuliner. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p>	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p>

<ol style="list-style-type: none"> 3. Semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang mengunjungi wisata kuliner Lengkong 4. Wisata Kuliner Lengkong semakin terkenal berkat kemajuan teknologi informasi dan media promosi di berbagai platform. 5. Semakin berkembangnya wisata kuliner yang ada di Lengkong 6. Adanya dukungan dari pemerintah untuk pengembangan wisata kuliner 		
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bermunculannya restoran cepat saji kebarat baratan 2. Makin marak dan digandrungi makanan kekinian seperti makanan Korea 3. Sewaktu-waktu kegiatan dapat dihentikan oleh salah satu SKPD di kota Bandung krn belum adanya SK kelegalitasan dari walikota 4. Timbulnya masalah sosial dalam hal kriminal bila tidak ada preventif dari keamanan yg legal. 5. Menambah kantong kantong kemacetan 	<p>Strategi S-T</p>	<p>Strategi W-T</p>

jalan sekitar wilayah lengkong bila tidak ada pengaturan sedini mungkin.		
--	--	--

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Analisis IFAS merupakan hasil dari identifikasi faktor internal yang strategis berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki oleh Kawasan Kuliner Laksa Tangerang yang kemudian dihitung berdasarkan bobot, rating dan skor untuk mengetahui gambaran kondisi pada kawasan tersebut bentuk analisis datanya yaitu kuantitatif. Dimana pemberian bobot tidak boleh melebihi jumlah 1,00 dan nilai rating dihitung dari setiap faktor dengan skala 1 (sangat kurang/tidak penting) sampai dengan skala 4 sangat baik.

Tabel 2. Matriks IFAS kuliner Lengkong Kecil

Uraian		Tingkat	Bobot	Rating	Skor
		Signifikan			
Strength					
1	Memiliki aneka kuliner tradisional, nasional dan juga internasional yang dapat ditawarkan kepada konsumen di wisata kuliner Lengkong	3	0.11	4.00	0.44
2.	Memiliki Letak strategis di pusat kota dan dapat dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi dari arah barat jl dalem kaum/tamblong, dari arah selatan jl karapitan, dari arah timur jl A Yani dari arah utara jl tamblong	2	0.07	3.00	0.22
3.	Dekat dengan hotel-hotel non dan bintang; Preanger bintang 5, Savoy Homman bintang 4, Mercure bintang 4, Ibis bintang 3 dan lain lain.	2	0.07	3.00	0.22
4.	Dekat dengan destinasi/daya tarik wisata : jl. Braga, jl Asia Afrika dg museum KAA, pusat bangunan2 heritage kota bandung, Alun2 kota Bandung, masjid Agung kota Bandung, rumah wayang, kampung toleransi, pusat parfum paledang	2	0.07	3.00	0.22
Weakness					

1.	Belum tersedianya informasi mengenai peta wisata kuliner yang ada di Lengkong	3	0.11	2.50	0.28
	Belum tersedianya lahan parkir yang memadai bagi konsumen yang menggunakan kendaraan pribadi terutama kendaraan beroda empat.	3	0.11	2.00	0.22
3.	Tarik ulur atau tidak adanya kebijakan yang pasti dari pemkot perihal kegiatan wisata kuliner lengkong karena kurang sinkronnya koordinasi antar SKPD yang ada.	2	0.07	1.00	0.07
4	Kurangnya sarana toilet dan air bersih	2	0.07	1.00	0.07
	Total	27	1.00		2.46

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS diketahui bahwa total skor pembobotan IFAS sebesar 2,46 yang artinya hasil tersebut menunjukkan bahwa Kawasan Kuliner Lengkong Kecil mempunyai kapasitas internal yang cukup kuat dan dapat melakukan inovasi serta perbaikan untuk lebih meningkatkan sumber daya internal yang menjadi kekuatannya.

Tabel 3. Matriks EFAS kuliner Lengkong Kecil

Uraian	Tingkat	Bobot	Rating	Skor	
	Signifikan				
Opportunities					
1	Tingkat omset transaksi di area kuliner lengkong yang mencapai Rp. 800jt per hari. Sehingga memungkinkan untuk ditingkatkan dan diseriuskan oleh pemkot dlm pengelolaannya sehingga terbentuknya wisata kuliner lengkong secara legal.	3	0.11	4.00	0.44
2	Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar lengkong kecil : tukang parkir yang sudah mencapai 20 orang, petugas kebersihan mencapai 5 orang, penyuplai bahan2 masakan kuliner.	2	0.07	3.00	0.22
3.	Semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang	2	0.07	3.00	0.22

	mengunjungi wisata kuliner Lengkong				
4.	Wisata Kuliner Lengkong semakin terkenal berkat kemajuan teknologi informasi dan media promosi di berbagai platform.	3	0.11	4.00	0.44
5.	Semakin berkembangnya wisata kuliner yang ada di Lengkong	2	0.07	3.00	0.22
6.	Adanya dukungan dari pemerintah untuk pengembangan wisata kuliner	3	0.11	4.00	0.44
Threats					
1.	Bermunculannya restoran cepat saji kebarat baratan	3	0.11	2.50	0.28
2.	Makin marak dan digandrungi makanan kekinian seperti makanan Korea.	3	0.11	2.00	0.22
3.	Sewaktu-waktu kegiatan dapat dihentikan oleh salah satu SKPD di kota Bandung krn belum adanya SK kelegalitasan dari walikota	3	0.11	2.00	0.22
4.	Timbulnya masalah sosial dalam hal kriminal bila tidak ada preventif dari keamanan yg legal.	2	0.07	1.00	0.07
5.	Menambah kantong kantong kemacetan jalan sekitar wilayah lengkong bila tidak ada pengaturan sedini mungkin.	2	0.07	1.00	0.07
Total		28	1.01		2.84

Berdasarkan hasil analisis matriks EFAS diketahui bahwa total skor pembobotan EFAS sebesar 2,84 yang mana faktor dari peluang dengan total 1,32 lebih besar jika dibandingkan dengan faktor ancaman dengan nilai 0,86 dari Kawasan Kuliner Lengkong Kecil hal tersebut menunjukkan faktor peluang lebih berperan dalam strategi pengembangan daya tarik wisata kuliner di Lengkong Kecil. Dari hasil tersebut artinya Kawasan Kuliner Lengkong Kecil dapat merespon dan memanfaatkan peluang dan ancaman di bidang pengembangan daya tarik wisata khususnya wisata kuliner khas daerah.

SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian melalui analisa indikator capaian berdasarkan teori pemenuhan faktor what to do, what to see, what to arrive dan what to stay, kuliner

tradisional Lengkong kecil telah dapat memenuhinya, sehingga potensi untuk dapat dikembangkan sangat memungkinkan.

2. Untuk pengembangan kuliner tradisional Lengkong Kecil menjadi salah satu daya tarik wisata di Kota Bandung, berdasarkan hasil analisis matriks IFAS diketahui bahwa total skor pembobotan IFAS sebesar 2,46 yang artinya hasil tersebut menunjukkan bahwa Kawasan Kuliner Lengkong Kecil mempunyai kapasitas internal yang cukup kuat dan dapat melakukan inovasi serta perbaikan untuk lebih meningkatkan sumber daya internal yang menjadi kekuatannya. Sedangkan berdasarkan hasil analisis matriks EFAS diketahui bahwa total skor pembobotan EFAS sebesar 2,84 yang mana faktor dari peluang dengan total 1,32 lebih besar jika dibandingkan dengan faktor ancaman dengan nilai 0,86 dari Kawasan Kuliner Lengkong Kecil hal tersebut menunjukkan faktor peluang lebih berperan dalam strategi pengembangan daya tarik wisata kuliner di Lengkong Kecil. Dari hasil tersebut artinya Kawasan Kuliner Lengkong Kecil dapat merespon dan memanfaatkan peluang dan ancaman di bidang pengembangan daya tarik wisata. Sehingga hasil dari analisa SWOT untuk strategi alternatif pengembangan dapat dilakukan melalui strategi agresif dengan memaksimalkan peluang untuk meningkatkan kekuatan sehingga dapat dibuat kesimpulan bahwa strategi alternatif dan prioritas strategi dapat diterapkan pada pengembangan kuliner tradisional Lengkong Kecil menjadi salah satu daya tarik wisata di kota Bandung dapat diwujudkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansofino. (2012). Potensi Daya Tarik Obyek Pariwisata Dalam Pembangunan Ekonomi Sumatera Barat. *Economica. Jurnal Program studi Pendidikan Ekonomi STIKIP PGRI Sumbar Vol.1 No.1*, ((Online), <http://ejournal.stikip.pgri-sumbar.ac.id>)
- Baltescu, C. (2016). Culinary Experiences As a Key Tourism Attraction. Case Study: Brasov County. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 9(58), 107 – 112.
- Fraenkel, J.R. & Wallen, N.E. (2007). *How to Design and Evaluate Research in Education. 6th edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Global Report on Food Tourism 2012:6
- Hakim, Bachrul. (2009). *Bisakah Wisata Kuliner Indonesia Dijual*. Diakses melalui <http://www.Sinarharapan.co.id>
- Iskandar Wiryokusumo dalam Afrilianasari. (2014). *Teori Pengembangan*. Surabaya
- Keliwer S, & Inskeep E. (2011). *Tourism Planning: an integrated and Sustainable Tourism Development*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Levyda, L., Giyatmi, G., & Ratnasari, K. (2020). Identifikasi Wisata Kuliner di Pulau Bangka (Identification of Culinary Tourism In Bangka Island). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 21 (1), 1 – 9. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jtda/article/view/1408>
- Margi, I.K, Ariani, R, P, Widiastini, N.M.A, Suriani, N. M. (2013). *Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal di Bali. Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2).
- Meriam, S., B. (1994). *Case study Research in Education*. California: The Jossey-Bass.
- Ottenbacher, M. & Harrington, Robert J. (2013). A case study of a culinary tourism campaign in Germany: *Implications for strategy making and successful implementation journal of hospitality & tourism research* 37:3-28. Retrieved

March 9 2015, from <http://www.jht.sagepub.com/doi/10.1177/1096348011413593>

- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Pesona Jurnal Vol 2 No 01 Juni 2017*
- Rahayu, Martha. (2014) *Survei Hilton Worldwide, Menyingkap Budaya Wisata Kuliner di Asia Pasifik*. ((Online), <http://swa.co.id>)
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Soegiarto, Dwi. (2018). Pengaruh Perilaku Wisatawan Nusantara Terhadap Wisata Kuliner di Surakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia, Vol.4 No. 1 tahun 2008*, <https://eprints.umk.ac.id/345/1/Doc1.pdf>
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tyas, A. S. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1-13. <https://jurnal.ugm.ac.id/jpt/article/view/24970>
- Winarno, Bondan. (2008). *Industri Kuliner Diusulkan Masuk dalam RUU Pariwisata*
- Xiaomin, C. (2017) “City of Gastronomy” of UNESCO Creative Cities Network: From International Criteria to Local Practice. Retrieved from <http://www.ritsumeai.ac.jp/acd/re/ssrc/resulp/memoir/tokusyuuugou201707/tokusyuuugou201707-08.pdf>
- Yoeti, O.A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Universitas Michigan: Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka
- Zhang, X. (2012). Research on the development strategies of rural tourism in Suzhou based on SWOT analysis. *Energy Procedia*, 16, 1295–1299. <http://www.Jajanan.co>
www.goodstats.id
<https://bandung.bisnis.com/read/20190724/549/1128159/kota-bandung-raih-penghargaan-kota-terbaik-pariwisata-iaa-2019>
<https://www.kompas.com/wiken/read/2022/05/29/053000981/bandung-dinobatkan-kota-dengan-makanan-tradisional-terbaik-versi?page=all>
<https://invest.bandung.go.id/id/location/lengkong>. Data Kecamatan Lengkong