

Gastronomic Experiences Pada Bisnis Rumah Makan Tradisional

Murtini^{1*}, Hafidza Nash'ul Amrina²

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Abstrak

Gastronomi wisata kuliner menjadi aspek penting dalam industri pariwisata, mampu mengundang perhatian pengunjung dari berbagai penjuru dunia. Salah satu makanan khas yang menonjol di Bojonegoro adalah Makanan Tradisional Khas Bojonegoro, seperti sego buwuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap potensi daya tarik gastronomi yang dimiliki oleh Rumah makan tradisional sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi Simbolik" dan "Teori Pengalaman Wisatawan. Metode penelitian yang digunakan melibatkan survei, wawancara, dan observasi langsung terhadap pengunjung dan pemilik usaha kuliner Rumah makan tradisional di Bojonegoro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah makan tradisional di Bojonegoro memiliki daya tarik yang kuat dalam berbagai aspek gastronomi. Keunikan rasa dan tekstur sego Buwuhan, membuat pengunjung kembali lagi untuk menikmati hidangan ini. Selain itu, potensi kuliner lokal dan kualitas bahan baku makanan tradisional yang digunakan juga menjadi nilai tambah dalam pengalaman kuliner. Suasana warung yang nyaman, keakraban antara pemilik dan pengunjung, serta berbagai program promosi khusus turut memperkaya pengalaman gastronomi wisatawan. Potensi daya tarik gastronomi Rumah makan tradisional di Bojonegoro ini dapat menjadi landasan bagi pihak terkait untuk mengembangkan dan mempromosikan pariwisata kuliner di Bojonegoro, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta kontribusi ekonomi lokal.

Kata Kunci : Gastronomic experiences, loyalitas pengunjung, rumah makan tradisional, kinerja usaha.

Abstract

Gastronomy tourism is an important aspect of the tourism industry which is able to attract the attention of visitors from various corners of the world. One of the special foods that stands out in Bojonegoro is traditional food typical of Bojonegoro, especially Sego Buwuhan. This research aims to reveal the potential gastronomic of traditional food typical of Bojonegoro as the main attraction for tourists. The theories used are Symbolic Communication Theory and Tourist Experience Theory. The research method used involved surveys, interviews, and direct observation of visitors and owners of traditional food typical of Bojonegoro businesses in the Bojonegoro area. The research results show that traditional food typical of Bojonegoro has a strong appeal in various gastronomic aspects. The unique taste and texture of Sego Buwuhan, make visitors come back again to enjoy this dish. Apart from that, the local culinary potential and the pempek raw materials quality are also added value to the culinary experience. The comfortable atmosphere of the stall, the closeness between the owner and visitors, as well as various special promotional programs also enrich the gastronomic experience of tourists. The potential gastronomic attraction of traditional food typical of Bojonegoro can be a basis for related parties to develop and promote culinary tourism in Bojonegoro. Thus, it can increase tourist visits and contribute to the local economy.

Keywords: *Gastronomic experiences, visitor loyalty, traditional restaurants, business performance.*

*Korespondensi: Murtini (murtini@stiekia.ac.id)

Sitasi: Murtinii, M. & Amrina, H.N. (2023). Gastronomic Experiences Pada Bisnis Rumah Makan Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 17(2), 40-43. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v17i2.93>

Submit: 28 April 2023, Revisi: 11 Juni 2023, Diterima: 20 Juni 2023, Publish: 23 Juni 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

LATAR BELAKANG

Dalam kerangka ilmiah, komunikasi merupakan produk serta ekspresi dari unsur budaya yang signifikan dalam kehidupan manusia. Budaya memainkan peran yang sangat mempengaruhi cara individu berinteraksi dan berkomunikasi, dan komunikasi sendiri memiliki peran yang tak terbantahkan dalam mempertahankan, mengirimkan, serta membentuk unsur-unsur budaya tersebut. Seperti halnya aspek kuliner yang merupakan komponen integral dari kehidupan sehari-hari, makanan mencerminkan konsep serta elemen budaya yang merentang meliputi dimensi historis, kolonialisme, mitos, agama, dan nilai-nilai yang ada dalam suatu masyarakat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Misnawati (2017), kuliner atau makanan bukanlah sekadar unsur pangan, melainkan merupakan potensi besar dalam kerangka sosial budaya yang memiliki implikasi informatif yang kuat mengenai budaya suatu masyarakat. Makanan bukan hanya mencerminkan budaya, tetapi juga memungkinkan pemahaman mendalam tentang identitas, pola perilaku komunikasi, serta konsep diri individu. Secara esensial, makanan tidak hanya dipandang sebagai produk fisik, melainkan diinterpretasikan sebagai komunikasi simbolik yang menggambarkan makna yang lebih dalam. Selain itu, makanan dan minuman sering kali terjalin erat dengan tradisi dan ritual budaya yang berkembang dalam kehidupan sehari-hari. Tradisi kuliner membentuk sebagian besar praktik sehari-hari dan memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan identitas budaya yang memadukan unsur-unsur historis, sosial, dan budaya (Mursese dan Misnawati, 2022). Bojonegoro, sebagai salah satu kota penghasil Minyak bumi di Pulau Jawa, telah lama dikenal dengan kekayaan budaya dan kulinernya yang khas. Salah satu hidangan khas Bojonegoro yang sangat diminati yaitu Sego Buwuhan. Sego buwuhan adalah makanan khas Bojonegoro yang terdiri dari nasi putih, tempe, mie, sayur, dan sate. Makanan ini dikemas dalam daun jati. Sego buwuhan pernah mendapatkan Rekor MURI pada tahun 2019. Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata kuliner telah menjadi tren global yang signifikan. Wisatawan kini lebih cenderung menjadikan kuliner sebagai salah satu faktor penentu dalam memilih destinasi wisata. Sego Buwuhan, terutama yang disajikan di Rumah Makan Tradisional, telah menjadi daya tarik utama dalam menarik pengunjung ke kota Bojonegoro. Dalam konteks ini, penting untuk memahami potensi daya tarik gastronomi yang dimiliki oleh Rumah Makan Tradisional di Bojonegoro dalam mempromosikan pariwisata kuliner di daerah ini. Pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi daya tarik gastronomi Rumah makan tradisional akan membantu pihak terkait, seperti pemerintah daerah dan pelaku industri kuliner, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap potensi daya tarik gastronomi Rumah makan tradisional sebagai faktor kunci dalam mengembangkan pariwisata kuliner kota ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan berbagai metode, termasuk survei, wawancara, dan observasi langsung terhadap pengunjung dan pemilik usaha kuliner Rumah makan tradisional di Bojonegoro. Melalui penelitian ini, dilakukan identifikasi faktor faktor yang menjadikan Rumah makan Tradisional begitu menarik bagi pengunjung, baik dari segi cita rasa, suasana, maupun pengalaman kuliner secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Bojonegoro yang dikenal dengan penghasil minyak, terlihat potensi yang luar biasa dalam sektor pariwisata dikarenakan banyak pekerja yang berasal dari luar daerah. Penelitian ini akan fokus pada pengembangan potensi wisata kuliner Rumah makan tradisional di Bojonegoro, khususnya dalam konteks gastronomi. Hasil dari kajian yang dilakukan oleh Nurwitasari (2015) mengungkapkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap wisata kuliner saat ini terbatas pada kunjungan ke pusat kuliner lokal. Padahal, wisata kuliner memiliki potensi lebih besar, yaitu dapat diubah dan dikemas agar dapat lebih menarik minat wisatawan. Ini dapat dicapai melalui upaya untuk menggabungkan kekayaan lokal dan aspek budaya dengan

kekayaan kuliner, sehingga pada akhirnya daerah ini dapat dikenal sebagai destinasi wisata gastronomi yang menarik. Wisata gastronomi, berdasarkan jenisnya, adalah sejenis wisata dengan minat khusus yang memiliki fokus kegiatan yang lebih spesifik dibandingkan dengan jenis wisata lainnya. Tujuan utama dari wisata gastronomi adalah untuk menawarkan pengalaman yang lebih unik kepada wisatawan dan memberikan mereka kesempatan untuk merasakan suatu pengalaman baru dalam berwisata. Seperti yang disebutkan oleh Darsiharjo et al. (2016), wisata gastronomi mencoba memberikan sesuatu yang berbeda dalam perjalanan wisata. Pengalaman yang diperoleh oleh wisatawan dalam wisata gastronomi adalah perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk menikmati makanan dan minuman sambil memahami seluruh proses mulai dari pengolahan bahan mentah hingga pemahaman nilai-nilai budaya yang terkait dengan makanan dan minuman tersebut. Dalam hal ini, wisatawan tidak hanya merasakan cita rasa makanan, tetapi juga terlibat dalam proses belajar dan eksplorasi yang lebih mendalam terkait dengan kuliner dan budaya lokal. Hal ini sesuai dengan pandangan Turgarini, yang menganggap bahwa wisata gastronomi masuk dalam kajian tentang aspek gastronomi praktis (T. Kartika et al., 2019). Wisata gastronomi adalah upaya untuk menyatukan makanan dengan budaya lokal. Banyak daerah dan negara sedang aktif mengembangkan wisata gastronomi untuk menarik perhatian wisatawan global. Wisata gastronomi menggarisbawahi kekayaan kuliner masyarakat setempat yang sering terkait dengan unsur budaya lain seperti pakaian tradisional, musik, tarian, dan aktivitas lainnya. Budaya memainkan peran penting dalam pengalaman wisata gastronomi. Wisatawan gastronomi, pada umumnya, ingin memahami dan merasakan budaya yang berbeda, sehingga mereka juga berperan sebagai wisatawan budaya. Wisata gastronomi memegang peran kunci dalam membuat perjalanan mereka unik, mengembangkan destinasi, dan menciptakan reputasi yang positif. Makanan dan minuman, selain memenuhi kebutuhan fisiologis, juga membawa makna simbolis yang dalam. Oleh karena itu, wisata gastronomi menjadi indikator vital untuk pariwisata berkelanjutan, mencakup apa, di mana, kapan, dan dengan siapa makanan di konsumsi.

Transfer nilai-nilai historis dan kearifan lokal melalui makanan adalah upaya strategis untuk mempromosikan budaya Indonesia di tingkat internasional. Indonesia memiliki kekayaan makanan yang sangat besar yang berasal dari pengaruh berbagai budaya yang berbeda. Selain itu, negara ini kaya akan sumber daya alam dan memiliki beragam suku bangsa dan budaya, termasuk beraneka ragam budaya dan kuliner yang dapat dimanfaatkan sebagai aset nasional. Namun, kesadaran akan kekayaan ini belum tersebar luas di masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan gastronomi sebagai segmen penting dari wisata adalah langkah strategis untuk meningkatkan ekonomi Indonesia. Gastronomi merupakan elemen konstruktif yang sangat penting dalam membentuk citra sebuah destinasi wisata. Hal ini merupakan elemen keenam yang memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan wisata kuliner menjadi wisata gastronomi wisata kuliner Rumah makan tradisional di Bojonegoro. Keberhasilan elemen ini memiliki dampak signifikan terutama bagi kawasan wisata kuliner rumah makan tradisional di Bojonegoro, yang selama ini dikenal hanya sebagai tujuan wisata sejarah dan kuliner.

KESIMPULAN

Kesimpulan, dalam penelitian ini adalah gastronomi memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan destinasi wisata. Ini adalah elemen keenam yang berkontribusi besar dalam membentuk citra dan daya tarik sebuah destinasi. Dalam konteks rumah makan tradisional di Bojonegoro, gastronomi memiliki potensi besar untuk mengubah destinasi ini dari tujuan wisata sejarah dan kuliner menjadi tujuan utama wisata gastronomi.

Pengembangan destinasi wisata gastronomi membutuhkan perhatian pada beberapa indikator kunci, seperti aspek budaya, nilai warisan, pengalaman multisensori, dan pemahaman yang mendalam tentang makanan dan minuman lokal. Dalam penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis menunjukkan bahwa tiga jenis kuliner yang telah diteliti memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata gastronomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Antón C, S & Knafo, R. (2012). *Gastronomy Tourism and globalization*. Paris: Universitat Rovira i Virgili Tarra gona, Université Paris
- Brillat-Savarin, J.-A. (1994). *The Physiology of Taste*. (Penerjemah: A. Drayton, Harmondsworth: Penguin.
- Darsiharjo, Suhatno, & Wahyudi, A. (2016). Potensi Pengembangan Wisata Gastronomi di Kota Surakarta. *Jurnal Geoeduland*, 1(1), 1-8.
- Kartika, T., Suryadi, & Turgarini, D. (2019). Pengembangan Wisata Gastronomi sebagai Daya Tarik Pariwisata di Kota Bandung. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(2), 96-107.
- Misnawati, D. (2019). Kajian Simbolisme Kuliner Mpek Mpek Dalam Interaksi Sosial Masyarakat Palembang. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 7(1), 72-77. <https://doi.org/10.7454/jvi.v7i1.138>
- Dwiastuti, D. S., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 137-146.
- Mursese, R. T., & Misnawati. (2022). Makanan sebagai Simbol dan Komunikasi Budaya dalam Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 45-60.
- Nurwitasari, A. (2015). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Kuliner sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kota Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(2), 123-145.
- Steinmetz, R (2010). *Food, Tourism and Destination Differentiation. The case of Roturua, New Zealand*. New Zealand: Auckland University of Technology Undang-Undang No. 10 Tahun 2009. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Jakarta.
- Weichart G. 2004. "Minahasa Identity: A Culinary Practice". di dalam *Jurnal Antropologi Indonesia*. Special Volume. Jakarta: Departemen Antropologi UI..
- World Tourism Organization. (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTOIriyanti, D., Murni, S., & Untu, V. N. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Industri Otomotif Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 584-595.
- Yasir, Y. (2021). Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 108 120. Laksmiwati, M., Meidiyustiani, R., Oktaviani, R. F., & Priyanto, S. (2023). The Role of Dividend Policy as An Intervening of Financial Performance on Company Value. *International Journal of Social Service and Research*, 3(1), 170-180. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i1.234>