

Pengaruh Makanan Lokal terhadap Destinasi Pariwisata

Intan Anjar Sari¹, Muhammad Ridwan², Siti Alianti Oktapiandi³, Sulistia Fitrianni⁴,
Ryan Muttaqien⁵.

¹Intan Anjar Sari, intananjars@gmail.com

²Muhammad Ridwan, mhmdridwan12375@gmail.com

³Siti Alianti Oktapiandi, Oktapiandialianti@gmail.com

⁴Sulistia Fitrianni, sulistyaftr123@gmail.com

⁵Ryan Mutaqqien, rakryantaki@gmail.com

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak makanan lokal terhadap daya tarik dan pertumbuhan destinasi wisata. Hidangan khas daerah tidak hanya merefleksikan identitas budaya suatu wilayah, tetapi juga merupakan salah satu elemen penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang asli dan berkesan. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif berdasarkan artikel – artikel yang dibaca. Temuan riset menunjukkan bahwa adanya makanan lokal yang unik dan mudah dijangkau dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan, memperpanjang durasi tinggal mereka, serta mendorong promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, kuliner lokal juga mendukung pertumbuhan ekonomi setempat dan pelestarian warisan budaya.

Oleh sebab itu, strategi pemasaran pariwisata harus menggabungkan aspek kuliner sebagai elemen utama daya tarik destinasi lokal juga mendukung pertumbuhan ekonomi setempat dan pelestarian warisan budaya. Oleh sebab itu, strategi pemasaran pariwisata harus menggabungkan aspek kuliner sebagai elemen utama daya tarik destinasi.

Kata Kunci : Budaya Lokal, Destinasi, Wisata Makanan Lokal, Pariwisata, , Kuliner,

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan pariwisata di Indonesia adalah wisata kuliner. Sebagai bagian dari wisata budaya, kuliner telah menjadi portofolio produk sebesar 60% dari seluruh produk pariwisata Indonesia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2018 *dalam Purnomo, 2022*). Makanan daerah tidak hanya berperan sebagai kebutuhan konsumsi pengunjung, tetapi juga menjadi elemen penting dalam pengalaman budaya yang otentik dan khas. Seperti negara-negara ASEAN lainnya, Indonesia memiliki budaya makanan yang beragam di setiap daerah. Setiap daerah di Indonesia memiliki makanan yang melekat dengan daerahnya jika dijual di seluruh Indonesia (Purnomo et al., 2023).

Dalam konteks ini, kuliner lokal berfungsi sebagai magnet wisata untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung ke daerah yang memiliki makanan serta minuman khas daerahnya. Selain itu, kuliner lokal juga dapat menciptakan citra destinasi serta memperkuat identitas budaya suatu wilayah. Makanan lokal penting dalam wisata kuliner karena membuat pengunjung mendapatkan pengalaman autentisitas dan lokalitas dari suatu tempat (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2019; Hsu & Scott, 2020; Stone, Migacz & Wolf, 2018 *dalam Purnomo, n.d.*)

Seiring dengan bertambahnya minat dan ketertarikan wisatawan pada pengalaman kuliner di daerah tertentu, terdapat kebutuhan untuk menyelidiki lebih lanjut bagaimana masakan lokal dapat berperan signifikan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan durasi tinggal wisatawan. Wisata kuliner dapat digolongkan berdasarkan minat wisatawan. Golongan ini ditentukan oleh motif untuk berwisata, menikmati makanan, minuman tertentu, pasar atau restoran tertentu untuk menikmati makanan, atau pergi hanya karena merasa lapar (Hall dan Sharpless, dalam Hall et al, 2003 *dalam Purnomo et al., 2016*) Serta pengaruhnya terhadap promosi tujuan wisata melalui rekomendasi pribadatau pun dengan

jangkauan teknologi masa kini seperti penawaran produk dan jasa telah mengalami transformasi signifikan dari metode tradisional seperti komunikasi langsung menuju era digital. (Fedriansyah et al., 2024) Namun, masih terdapat banyak destinasi yang belum memaksimalkan potensi kuliner lokal sebagai strategi pemasaran yang menyeluruh.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak makanan daerah terhadap daya tarik wisata dan perkembangan destinasi pariwisata dan berusaha untuk menemukan bagaimana kuliner lokal dalam negeri dapat meningkatkan ketertarikan dan kepuasan wisatawan local maupun mancanegara serta kontribusinya terhadap ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Melalui metode kualitatif yang berfokus pada tinjauan pustaka, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan untuk merumuskan strategi pariwisata yang berkelanjutan dan berlandaskan budaya.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dampak makanan lokal terhadap daya tarik dan perkembangan destinasi wisata. Pendekatan ini diambil karena dapat menawarkan pemahaman yang relevan dan mendalam berdasarkan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan. Data diperoleh melalui penelitian pustaka, dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah, artikel, buku, serta dokumen resmi yang berhubungan dengan kuliner lokal dan pariwisata. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mencari dan memilih literatur yang membahas tema-tema seperti kuliner lokal, identitas budaya, dan pengembangan destinasi. Selanjutnya, data dianalisis dengan metode analisis isi, yaitu dengan mengenali tema-tema utama yang muncul dan menghubungkannya dengan fokus penelitian. Karena studi ini bersifat literatur, maka tidak melibatkan peserta atau narasumber secara langsung. Akan tetapi, data yang didapat mencerminkan pemikiran para ahli dan hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan topik yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membuka wawasan mengenai kuliner lokal yang berpengaruh besar terhadap daya tarik dan perkembangan tempat wisata. Pemerintah Indonesia menggunakan terminologi "wisata kuliner" dalam promosi pariwisata di situs resminya. Terminologi tersebut memiliki dampak teoritis terhadap bentuk pengembangan pariwisata (Purnomo, 2022a). Makanan khas suatu daerah mencerminkan identitas budaya serta sejarah lokal. Selain itu Makanan menunjukkan status sosial (Ma, 2015) dan salah satu cerminan budaya masyarakat adalah makanan (Purnomo, 2022c). Contohnya, rendang yang berasal dari Minangkabau bukan hanya sekedar hidangan, melainkan juga mewakili filosofi masyarakat Minang mengenai musyawarah dan kebijaksanaan lokal. Hidangan semacam ini menawarkan pengalaman asli yang sulit ditemukan di lokasi lain, sehingga mampu menghasilkan rasa tempat yang mendalam bagi para wisatawan. juga berperan sebagai daya tarik utama yang dapat menarik perhatian. Makanan lokal berperan juga dalam menjaga warisan leluhur. Tradisi memasak yang diwariskan dari generasi ke generasi tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dengan adaptasi terhadap selera global. Wisata kuliner merupakan bagian dari wisata budaya, dengan portofolio produk tertinggi di Indonesia (Kementerian Pariwisata, 2015 *dalam* Purnomo, 2023). Namun, adaptasi ini harus tetap menjaga keaslian rasa dan teknik memasak agar nilai budaya tetap lestari. Studi ini menunjukkan bahwa makanan yang khas dan mudah dijangkau dapat meningkatkan frekuensi kunjungan, memperpanjang waktu tinggal, serta dapat mempromosikan kepada khalayak. Ini menunjukkan bahwa peran kuliner dalam pariwisata bisa menjadi stratisegi yang efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung. Di sisi lain, kuliner dalam kebudayaan daerah juga berperan dalam perkembangan ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Pengembangan daya tarik wisata kuliner melibatkan perhatian terhadap makanan sebagai sumber daya wisata

dan membangun citra suatu tempat sebagai destinasi wisata kuliner (Ellis, Park, Kim, & Yeoman, 2018; Kušen, 2010, 2017 *dalam* .Purnomo, 2022).

Dengan cara memanfaatkan kuliner lokal sebagai komponen utama dalam promosi pariwisata, destinasi bisa menciptakan program yang mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat. Keberlanjutan jangka panjang melalui pembangunan citra suatu destinasi dapat tercapai jika makanan lokal diidentifikasi oleh pengunjung sebagai tanda tempat yang mereka kunjungi. Persaingan antar destinasi wisata untuk menarik minat wisatawan menuntut adanya sesuatu yang berbeda dari destinasi wisata itu sendiri. Kuliner lokal digemari oleh wisatawan karena dianggap sebagai sesuatu yang 'ikonik' untuk menggambarkan sifat dan budaya tertentu dari suatu tempat [5, 24]. Wisatawan membutuhkan tatapan wisata, sesuatu yang unik dan spesifik untuk membuat mereka merasa berada di tempat khusus saat bepergian (Stoffelen A dan Vanneste D, 2016 *dalam* Purnomo, 2022).

Pengembangan wisata kuliner mendukung penciptaan lapangan kerja baru, mulai dari petani lokal sebagai penyedia bahan baku, hingga koki, pemilik restoran, dan pemandu wisata kuliner. Dengan membangun rantai pasok yang berorientasi lokal, tempat wisata dapat membentuk sistem ekonomi yang berkelanjutan.

Makanan lokal dapat memperkuat ekonomi lokal jika pengunjung tersebut merupakan "good traveler", yaitu pengunjung yang peduli terhadap keberlanjutan ekonomi dan lingkungan tempat yang dikunjunginya. Melalui kedua hal ini, kedatangan pengunjung dan pembelian makanan lokal oleh pengunjung dapat berdampak pada produsen makanan lokal (Scarpato R dan Daniele R, 2003 *dalam* Purnomo, 2022) Oleh sebab itu, sangat perlu bagi pengelola pariwisata untuk mengintegrasikan unsur kuliner dalam rencana promosi mereka, agar tidak hanya menambah daya tarik wisata, tetapi juga membantu melestarikan budaya dan ekonomi lokal.

Dalam mengembangkan makanan lokal dalam dunia pariwisata, perlu juga melibatkan proses digitalisasi, salah satunya memanfaatkan media sosial. Penelitian

ini menemukan bahwa pemilik akun Instagram menghasilkan jenis dan makanan baru yang ditawarkan di Instagram. Respons pengikut Instagram terhadap inovasi yang dilakukan produsen pangan tidak bisa dilihat dari komentar di Instagram. Reaksi di platform penjualan Shopee dan Tokopedia bisa dilihat dari rating kepercayaan yang diberikan pelanggan. Rating 5 dan 4,9 menunjukkan rating yang sangat tinggi. Seorang pelanggan pengikut Instagram mengatakan bahwa mereka menyukai cara pemilik akun mempromosikan produk mereka di Instagram. (Purnomo & Musyafi, 2022)

KESIMPULAN

Penelitian ini menekankan bahwa kuliner lokal memiliki peranan penting dalam mendukung perkembangan tujuan wisata. Kuliner khas suatu daerah bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi para wisatawan, tetapi juga berfungsi sebagai elemen krusial dalam menciptakan pengalaman berwisata yang otentik, unik, dan berkesan. Adanya makanan lokal yang mudah diakses, dengan rasa unik, dan kaya akan nilai budaya terbukti dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung, memperpanjang waktu kunjung mereka, serta mendorong promosi secara alami lewat media sosial dan saran dari mulut ke mulut. Di samping itu, masakan daerah membantu memperkuat identitas suatu wilayah, menjaga warisan kuliner tradisional, serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Dengan pengembangan pariwisata kuliner, banyak peluang ekonomi baru bisa dihasilkan, mulai dari pekerjaan dalam sektor kuliner, pertanian, hingga industri kreatif. Namun, dalam pelaksanaannya, masih ada tantangan seperti minimnya standarisasi mutu, kurangnya pembinaan bagi pelaku usaha kuliner, serta sedikitnya dukungan promosi yang terfokus dan berkelanjutan. Demi itu, strategi pengembangan pariwisata harus menggabungkan aspek kuliner sebagai elemen utama, dengan pendekatan antar sektor yang melibatkan pemerintah, pelaku bisnis, akademisi, dan masyarakat setempat. Dengan cara ini, kuliner lokal bisa menjadi alat yang efektif dalam

membangun destinasi wisata yang tidak hanya menarik dari segi ekonomi, tetapi juga berdaya saing, berbudaya, dan berkelanjutan. Studi lanjutan dianjurkan untuk mengeksplorasi potensi pengelolaan wisata kuliner berbasis komunitas dan menilai secara langsung pengaruhnya terhadap perilaku wisatawan serta ekonomi lokal.

REFERENSI

- Fedriansyah, S., Hasbiyah, D., & Purnomo, A. M. (2024). *PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK “ESTEH INDONESIA” MELALUI FITUR SHOPEEFOOD TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN* (Vol. 3).
- Purnomo, A. M. (n.d.). *406 PROSIDING SEMINAR NASIONAL UNIDA III 2021 Reposisi Autentisitas dalam Wisata Kuliner: Kasus Perkembangan Makanan Lokal dalam Usaha Jasa Wisata Kuliner Kota Bogor Repositioning Authenticity in Culinary Tourism: The Development of Local Food in Culinary Tourism Business in Bogor City*.
- Purnomo, A. M. (2022a). ATTRACTION OF CULINARY TOURISM DESTINATIONS TO PROMOTE SUSTAINABILITY DEVELOPMENT DURING THE PANDEMIC. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, *15*(2), 190–207. <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i2.2320>
- Purnomo, A. M. (2022b). *Development of Local Food in Tourism for Supporting Sustainable Indonesia Tourism Development*. <https://doi.org/10.5220/0010003300002917>
- Purnomo, A. M. (2022c). Sociology of Food Tourism Research Opportunities: A Bibliometric Analysis. *Society*, *10*(2), 301–320. <https://doi.org/10.33019/society.v10i2.433>
- Purnomo, A. M. (2022d). The Challenge of Pro-poor Culinary Tourism Development: An Analysis of the Indonesian Government’s Promotion Website. *NHIJ NHI Hospitality International Journal*, *1*(1), 1–9. <https://doi.org/10.34013/nhij.v1i1.810>
- Purnomo, A. M. (2023). Contested Access in the Failing Urban Culinary Tourism Planning: A Case of Bogor, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *27*(1), 32–45. <https://doi.org/10.22146/jsp.68376>
- Purnomo, A. M., Curug, M. S., No17, M., Bogor, Y., Tinggi, S., Bogor, P., City, B., & Java, W. (2016). *The Roles of Food Industries as a Part of Food Tourism Development for Woman Empowerment in Bogor*. <http://kotabogor.go.id>,
- Purnomo, A. M., & Musyafi, R. A. (2022). Sociology Approach in Food Souvenir Innovation: The Customer-Producers Relation on Online Marketing Communication.

Indonesian Journal of Social Research (IJSR), 4(3), 165–177.

<https://doi.org/10.30997/ijsr.v4i3.230>

Purnomo, A. M., Somantri, G. R., & Adnan, R. S. (2023). “Local Food” Consumption: Does Locality Matter? *Journal of ASEAN Studies*, 11(1), 25–44.

<https://doi.org/10.21512/jas.v11i1.7537>