

# **PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP WISATA KULINER DI KABUPATEN SLEMAN**

**Minta Harsana, M.Sc  
Jurusan PTBB FT UNY**

## **ABSTRAK**

Makalah ini bertujuan untuk mengetahui tentang kondisi potensi wisata kuliner di Kabupaten Sleman dan pangsa pasarnya. Penyusunan didasarkan pada penelitian tentang Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner di Kabupaten Sleman ini yang merupakan jenis penelitian kuantitatif, melalui pendekatan survey

Dalam makalah ini disimpulkan bahwa wisatawan yang datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di kabupaten Sleman terbanyak pada rentang usia 21-35 tahun, berstatus pelajar dan mahasiswa. Terjadi kecenderungan bahwa jenis wisata kuliner lebih banyak diminati perempuan daripada laki-laki, berasal dari wilayah DIY terutama dari wilayah Kabupaten Sleman Sendiri dengan penghasilan yang bervariasi. Mayoritas wisatawan memperoleh informasi dari teman/keluarga, sehingga promosi yang paling efektif adalah promosi dari mulut ke mulut. Mereka kebanyakan datang bersama rombongan baik bersama keluarga, teman, maupun kelompok masyarakat/instansi, wisatawan individual masih sangat sedikit, dan rata-rata akan mengulangi kunjungannya lebih dari 1 kali. Mayoritas wisatawan belum memiliki budaya jajan dalam perjalanannya. Mereka memilih membawa bekal dari rumah dengan pertimbangan penghematan biaya dan penghematan waktu perjalanan. Hidangan ikan, soto/bakso, gudeg dan ayam, serta minuman teh dan jeruk merupakan makanan dan minuman yang menjadi favorit wisatawan yang berkunjung. Sebagai oleh-oleh, buah salak segar masih menjadi favorit. Wisatawan menjadikan komponen harga menjadi mayoritas utama pemilihan tempat makan. Dari semua penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Sleman sangat layak dikembangkan sebagai tujuan wisata kuliner.

## **PENDAHULUAN**

Kekayaan alam, budaya dan manusia di Indonesia sangat besar dan beragam yang berpotensi besar sebagai daya tarik pariwisata. Pariwisata menjadi sektor andalan Indonesia dalam pemasukan devisa Negara, peningkatan pendapatan masyarakat, dan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di berbagai kabupaten maupun propinsi. Pariwisata

sebagai sebuah industri merupakan bidang yang sangat peka terhadap berbagai perubahan dan perkembangan terutama berkaitan dengan keinginan atau motivasi wisatawan yang selalu ingin mencari dan menikmati sesuatu atau pengalaman baru untuk pemuasan hasrat pribadinya, sesuatu yang berbeda dari yang pernah dirasakan sebelumnya.

Dalam penyelenggaraannya pariwisata memiliki berbagai komponen. Komponen utama pariwisata adalah wisatawan. Wisatawan menurut Undang-undang RI No 10 tahun 2009 adalah orang yang melakukan wisata. Sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Jadi dalam hal ini semua orang yang melakukan perjalanan dalam rangka berwisata disebut wisatawan. Sementara Soekadijo (1996:3) mendefinisikan "Wisatawan itu ialah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya",

Dalam pengembangan pariwisata perlu dikaji mengenai wisatawan yang akan dituju yang kelak akan datang ke daerah tujuan wisata. Wisatawan tersebutlah yang menjadi pangsa pasar wisata. Menurut Fandeli (2003:4), pasar pariwisata (demand) adalah merupakan pihak yang meminta atau membutuhkan kegiatan berwisata. Oleh karenanya, banyak permintaan yang harus dipenuhi oleh penyedia kegiatan pariwisata. Masih menurut Fandeli, terdapat beberapa unsur penting yang harus dipertimbangkan dalam aspek pasar pariwisata, yaitu Unsur Wisatawan, Aktivitas, Promosi dan *technology*, dan Kelembagaan. Salah satu faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wisata atau melakukan perjalanan adalah berkaitan dengan kebutuhan, motif dan kepribadian seseorang. Terdapat faktor pendorong (kebutuhan dan motif) yaitu kebutuhan untuk membebaskan diri, menemukan diri sendiri, istirahat dan

relaksasi, prestige, keluarga, mencari pengalaman baru, petualang dan tantangan, serta faktor penarik atraksi, yaitu mencakup manusia, tempat dan aktivitas (Arma dalam FANDELI,1995).

Sementara menurut Mathiesen dan Wall (dalam Fandeli:1995) tuntutan kebutuhan orang melakukan kegiatan wisata terutama dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan teknologi. Termasuk pula meningkatnya pendapatan dan kemampuan daya beli yang semakin tinggi, keinginan orang melepaskan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan mendapatkan perubahan suasana dan memanfaatkan waktu senggang sesudah bekerja, bertambahnya kemajuan-kemajuan dalam bidang transportasi mengakibatkan perjalanan lebih mudah, cepat dan nyaman, serta kemudahan-kemudahan dalam mobilitas, serta tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan meningkatkan pula keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat yang ingin dikunjungi. Penyediaan obyek dan atraksi wisata (supply) harus ada komplementarisasi/kesesuaian dengan pasar pariwisata (demand). Selain yang sudah di sebutkan di atas hal yang tidak kalah pentingnya dalam segmentasi pasar adalah faktor usia wisatawan, karena faktor usia berpengaruh terhadap pola pikir dan pandangan mereka terhadap jenis wisata yang dipilih.

Salah satu jenis wisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat adalah wisata kuliner. Trend wisatawan sekarang yang datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut menjadi peluang besar bagi daerah. Mereka tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja, tetapi mereka juga mencari suasana dan pelayanan yang prima sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan.

Banyak wisatawan yang menyempatkan waktu berburu makanan dan minuman khas daerah tujuan di sela-sela kegiatannya berwisata.

Kuliner sendiri merupakan kata yang diadopsi dari istilah dalam bahasa Inggris Culinary. Dalam [http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary\\_profession](http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_profession) pengertian adalah "The word culinary derives from the latin word culina, meaning kitchen. It is commonly used as reference to things related to cooking or the culinary profession .The culinary profession is cooking or preparing food as a profession, i.e. chefs, restaurant management, dieticians, nutritionists, etc".Sementara menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993 : 159) Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa secara harafiah kuliner adalah dapur yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan makanan, seperti chefs, management restaurant, ahli penata diet, ahli gizi dan sebagainya. Jadi yang dimaksud dengan wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman.

Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak (Farida Arifianti : 38). Davis dan Stone ( 1994 : 44) mengemukakan bahwa karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain kualitas, penyajian, susunan menu, porsi makanan, siklus hidup produk, dekorasi ruang maupun pengaturan meja. Sebagian makanan dan minuman disajikan dan disediakan di restoran yaitu suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada

semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA. 1991:7). Selain restoran, tempat penjualan makanan dan minuman yang banyak berdiri adalah warung makan yaitu tempat penjualan makanan pokok dalam skala lebih kecil dan lebih sederhana daripada restoran, dan toko atau pusat jajanan yaitu tempat yang secara khusus hanya menjual makanan kudapan yang sebagian besar berupa makanan kering ( Hasan Saputro 2004: 12-13)

Kabupaten Sleman sebagai bagian dari Wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang sangat kaya dengan berbagai jenis makanan baik yang bersifat tradisional maupun makanan-makanan yang sudah tersentuh oleh budaya Barat atau Eropa. Namun demikian Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan khususnya Kabupaten Sleman sangat tertinggal dengan kota Bandung yang sudah menjadikan kekayaan makanan dan minumannya sebagai salah satu daya tarik utama pariwisatanya. Bandung sudah diposisikan sebagai sentra kuliner Nusantara sejak tahun 1941 karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia ([Http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/022007/17/0902.htm](http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/022007/17/0902.htm) ). Ketertinggalan Daerah Istimewa Yogyakarta (termasuk Kabupaten Sleman) dalam bidang kuliner ini berhubungan dengan budaya masyarakatnya yang menganggap tabu dan memalukan jika seseorang makan di luar rumah atau di warung (Ngiras). Dengan demikian apabila mengandalkan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta asli sebagai pangsa pasar, rumah makan/warung makan/restoran dipastikan tidak akan berkembang karena budaya memalukan jajan/makan di luar rumah tadi.

Kabupaten Sleman yang memiliki banyak lembaga pendidikan telah mampu mendatangkan penduduk dari luar Kabupaten Sleman bahkan luar Daerah Istimewa Yogyakarta untuk datang atau tinggal di Wilayah Kabupaten Sleman. Hal itu menyebabkan keberadaan tempat makan (warung/restoran/rumah makan) dapat berkembang dengan baik. Namun

demikian, para pendatang yang sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa dari berbagai wilayah di Indonesia tidak semua cocok dengan selera masakan Sleman yang cenderung manis. Oleh karena itu para pemilik warung makan atau restoran mengembangkan produk makanannya menyesuaikan dengan selera para pendatang, sehingga semakin beragam jenis dan rasa masakan di Sleman.

Banyak tempat-tempat yang menjadi pusat penjualan makanan dan minuman khas dengan suasana yang khas pula seperti di Kawasan Turi, warung tenda sepanjang Jalan Babarsari, kawasan Cangkringan, Kawasan Gamping, Kawasan Ngaglik, Kawasan Godean, Kawasan Kalasan, Kawasan Prambanan, Kawasan Tempel, Taman Kuliner Condongcatur dan sebagainya. Banyaknya sentra-sentra kuliner di wilayah Kabupaten Sleman menjadi peluang untuk menjadikan kabupaten Sleman sebagai Daerah Tujuan Wisata Kuliner. Namun demikian ketersediaan pusat-pusat penjualan makanan tersebut tidak lepas dari berbagai masalah seperti kebersihannya, menu yang ditawarkan, pemasarannya, harga yang di patok oleh pedagang tidak wajar, suasana kurang nyaman dengan banyaknya pengamen dan sebagainya.

Banyaknya jenis makanan dan minuman serta beragamnya karakter wisatawan, menyebabkan persepsi masing-masing wisatawan terhadap kuliner di Kabupaten Sleman berbeda-beda. Persepsi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah tanggapan atas sesuatu (Badudu 1996:1048). Menurut Buss (1978) Persepsi merupakan cara pandang dan secara umum merupakan pengumpulan dan penginterpretasian informasi dengan proses yang dimulai dengan mencatat hal-hal pokok yang berada di lingkungan yang kemudian diberi analisis untuk diberi arti. Sementara menurut Subowo (1981) persepsi menunjuk adanya aktifitas mengindra, menginterpretasi, memberi penilaian terhadap obyek fisik maupun sosial dan penginderaan ini tergantung pada stimulus fisik maupun sosial dan

lingkungannya, melalui stimulus fisik maupun sosial, maka pengalaman akan didapatkan. Dari berbagai macam pendapat dan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan persepsi adalah , menyangkut penilaian atau pandangan seseorang terhadap sesuatu. Jadi persepsi wisatawan adalah penilaian atau pandangan wisatawan terhadap sesuatu.

Oleh karena itu perlu dicari solusi agar potensi wisata Kuliner di Kabupaten Sleman dapat dioptimalkan dan sesuai dengan keinginan wisatawan tanpa mengurangi kekhasan produk-produk tersebut. Makalah ini ditujukan untuk mengetahui tentang kondisi potensi wisata kuliner di Kabupaten Sleman dan pangsa pasarnya yang dirumuskan dalam rumusan masalah sebagai berikut “Bagaimanakah persepsi wisatawan terhadap kuliner di Kabupaten Sleman?”

## **METODE PENELITIAN**

Penyusunan makalah ini didasarkan pada penelitian tentang Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner di Kabupaten Sleman ini yang merupakan jenis penelitian kuantitatif, melalui pendekatan survey. Lokasi penelitian adalah di Taman Kuliner Condongcatur, Jalur Jalan Kaliurang ( sekitar PLN Banteng), Jalur Jalan Palagan (Bambu Resto di Ngaglik dan sekitarnya), Jalur Jalan Solo (Ayam Goreng Mbok Berek Kalasan dan sekitarnya, kawasan Babarsari), Jalur Jalan Godean (Banyu Mili dan sekitarnya), Jalur Jalan ke Turi/Turgo (Boyong Kalegan di Pakem dan sekitarnya), Jalur Jalan Kaliadem (Moro Lejar di Cangkringan dan sekitarnya), Pasar Godean dan Sekitarnya, Obyek Wisata Taman Wisata Candi Prambanan, Obyek Wisata Wana Wisata Kaliurang, sekitar Obyek Wisata Pendidikan (Jl Gejayan, UGM, UNY dll)

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk-produk kuliner dan wisatawan di obyek wisata lokasi penelitian.. Sampel yang diambil/digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung/wisatawan yang berkunjung ke lokasi penelitian pada bulan Juni 2009. Penjaringan sampel penelitian dengan menggunakan teknik *Accidental Purposive* yang ditentukan jumlahnya melalui Kuota Sampling. Ukuran populasi diambil dari rata-rata jumlah wisatawan selama satu bulan di Kabupaten Sleman pada tahun 2008. Jumlah wisatawan di Kabupaten Sleman selama tahun 2008 sebanyak 2.318.523 (Statistik Pariwisata kabupaten Sleman 2008.) Dari jumlah itu jika di rata-rata maka jumlah wisatawan setiap bulannya sebanyak 193.210, maka sample yang di ambil sebanyak 1 % yaitu 1.932 yang kemudian dibulatkan menjadi 2.000 sample. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket/kuesioner, observasi dan dokumentasi.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Potensi Wisata Kuliner di Kabupaten Sleman**

Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki potensi wisata relatif besar dan merupakan salah satu tujuan utama wisata propinsi DIY. Berdasar sumber daya yang dimiliki, menurut <http://www.slemankab.go.id>. wilayah Kabupaten Sleman terbagi menjadi 4 wilayah yaitu Kawasan Lereng Gunung Merapi, Kawasan Timur, Kawasan Tengah, dan Kawasan Barat. Kabupaten Sleman juga merupakan suatu daerah yang sangat strategis dilihat dari aksesibilitasnya, karena dilalui oleh jalur jalan negara yang merupakan jalur ekonomi yang menghubungkan Sleman dengan kota pelabuhan (Semarang, Surabaya, Jakarta) dan wilayah-wilayah lainnya. Jalur ini melewati wilayah Kecamatan Prambanan, Kalasan, Depok, Mlati, dan Gamping. Selain itu wilayah Kecamatan Depok, Mlati dan Gamping juga dilalui oleh jalan lingkar (ringroad) yang merupakan jalan arteri primer.

Secara garis besar atraksi dan obyek wisata di Kabupaten Sleman meliputi Obyek Wisata Alam ( terkonsentrasi di lereng Selatan Merapi), Obyek Wisata Sejarah (terkonsentrasi di Kecamatan Prambanan, Kalasan, Ngemplak, Berbah ), adat Istiadat dan Upacara Tradisional (di seluruh Wilayah Kabupaten Sleman), serta desa Wisata (perpaduan obyek wisata alam dan adat istiadat masyarakat yang masih bercirikan kehidupan pedesaan). Keberadaan obyek dan atraksi wisata tersebut memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat di sekitar obyek wisata itu sendiri maupun di sepanjang jalur transportasi wisata yang ada. Manfaat tersebut berupa pemerataan perkembangan wilayah serta peningkatan pendapatan masyarakat dengan mendirikan usaha-usaha penunjang kepariwisataan seperti rumah makan/restoran/warung makan. Apalagi berbagai obyek wisata unggulan DIY juga berlokasi di wilayah Kabupaten Sleman seperti Candi Prambanan dan Wana Wisata Kaliurang.

Kabupaten Sleman memiliki berbagai jenis makanan dan minuman yang sifatnya khas dan merakyat yang dapat ditemukan di setiap tempat di wilayah Kabupaten Sleman. Berdasar identifikasi makanan khas daerah di Kabupaten Sleman dilakukan oleh Hasan Saputro (2004:37) jenis dan macam makanan khas yang terdapat di Kabupaten Sleman cukup beragam mulai dari makanan besar ( Gudeg, sate, ayam goreng, soto, mangut ikan, bakmi jawa, dan sego pecel), makanan kudapan (Jadah tempe, kripik belut, kripik bayam, enting-enting, ampyang kacang, dan berbagai jajanan pasar.), dan minuman khas (Teh Poci dan wedang ronde). Namun demikian berdasar observasi masih banyak jenis makanan dan minuman yang belum teridentifikasi, seperti nasi sayur Brongkos, aneka hidangan ikan (bakar, asam manis, dan goreng), aneka hidangan jamur (oseng-oseng, bakso, sate, kripik, dan sebagainya), sedangkan minuman masih ada dawet tape ketan yang banyak dijumpai di sepanjang Jalan Solo wilayah Kalasan/Prambanan, serta teh/jeruk sebagai minuman universal.

Potensi Kabupaten Sleman dalam bidang kuliner sangat beragam sesuai dengan karakteristik wilayahnya masing-masing. Di wilayah yang banyak memiliki perguruan tinggi banyak dijumpai warung-warung makan sederhana dan menjual makanan yang murah meriah sesuai kantong mahasiswa. Pada daerah-daerah jalur wisata banyak berdiri rumah makan dan restoran yang berkelas yang menetapkan harga untuk konsumsi kalangan menengah ke atas. Hal itu disebabkan pangsa pasar mereka adalah wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan Nusantara. Menu-menu yang disajikan di berbagai tempat-tempat makan di Kabupaten Sleman antara lain menu ayam goreng, hidangan bakmi, hidangan sayuran (Pecel/Lotek/Gado-gado), hidangan gudeg, hidangan ikan, hidangan kambing, hidangan soto dan bakso.

Selain itu terdapat juga pusat-pusat kuliner yaitu suatu lokasi yang digunakan para pedagang kaki lima maupun kios-kios yang menjual makanan. Biasanya pusat-pusat kuliner ini akan sangat ramai pada malam hari, sedang di siang hari tempat jualan tersebut tidak tampak/tidak ada. Mereka memanfaatkan trotoar pejalan kaki untuk mendirikan tenda-tenda. Kegiatan di mulai sekitar pukul 17.00 WIB dengan mendirikan tenda-tenda dan akan dibongkar lagi pada dinihari ketika dagangan mereka sudah habis. Lokasi pusat kuliner ini antara lain warung tenda Babarsari, Gejayan, selokan mataram. Terdapat juga pusat kuliner yang beroperasi di siang hari seperti pusat kripik belut di pasar Godean atau di kaliurang yang menyesuaikan dengan jam buka obyek wisata.

Selain menu-menu yang sudah disebutkan di atas masih banyak hidangan lain yang disediakan oleh restoran/rumah makan/warung makan yang ada di Kabupaten Sleman seperti hidangan/menu Eropa, menu China, menu Jepang, Hidangan Sea Food dan sebagainya. Selain itu hampir seluruh hotel yang ada di wilayah Kabupaten Sleman juga menyediakan menu- menu tersebut di restorannya. Namun biasanya menu-menu Eropa, China,

dan Jepang ini disajikan oleh tempat makan yang masuk kategori rumah makan atau restoran. Jarang makanan-makanan ini dihidangkan pada warung makan atau warung tenda. Beberapa nama tempat makan antara lain Gedung Dhuwur/ Boukenh, Pacific, Sriwedani, Tempura Hana, dll.

## **2. Karakteristik wisatawan yang berkunjung di sentra-sentra kuliner dan Obyek Wisata Kabupaten Sleman.**

Berdasarkan rentang usia wisatawan yang terjaring sebagai sample dibatasi berusia 15 tahun sampai 60 tahun. Pembatasan usia dilakukan dengan asumsi bahwa wisatawan dengan usia di bawah 15 tahun dan di atas 60 tahun biasanya bukan menjadi penentu keputusan. Dari hasil penjaringan data didapatkan data bahwa rentang usia paling banyak berkunjung adalah berusia antara 21 – 25 tahun yaitu sejumlah 27,85 % atau 557 orang. Kemudian rentang usia 26-30 tahun sebanyak 462 orang atau 23,10 %, rentang usia 31 – 35 tahun sebanyak 273 orang atau 13,65 %. Sedangkan wisatawan dengan rentang usia 15-20 tahun, 36-40 tahun, 41-45 tahun, 46-50 tahun, 51-55 tahun dan 56-60 tahun masing-masing di bawah 10 %. Berdasar data di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di kabupaten Sleman terbanyak pada rentang usia 21-35 tahun.

Dari sisi tingkat pendidikan, wisatawan yang mengunjungi sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman dan dijadikan responden mempunyai tingkat pendidikan menengah (SMP,SMA) maupun tinggi (D3, S1, S2, S3).. Tingkat pendidikan seseorang sangat berpengaruh terhadap cara pandangnya terhadap sesuatu. Asumsinya bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka wawasannya semakin luas. Berdasar prosentasenya, wisatawan dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1) menempati urutan jumlah terbanyak yaitu 640 orang atau 32,00 % dari total reponden. Kemudian responden dengan tingkat pendidikan SMA menempati urutan kedua yaitu sebanyak 450 orang atau 22,50 %. Urutan

ketiga adalah responden dengan tingkat pendidikan Diploma 3 sebanyak 380 atau 19,00%. Kesimpulannya bahwa wisatawan yang datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di kabupaten Sleman sebagian besar adalah wisatawan dengan pendidikan relatif tinggi, sehingga dapat diasumsikan pola pikir dan cara pandang, serta wawasan mereka juga relatif luas.

Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh wisatawan yang menjadi responden antara lain pelajar, mahasiswa, PNS, Karyawan swasta, dan wiraswasta. Jenis pekerjaan yang dimiliki wisatawan dapat menggambarkan tingkat ekonomi mereka. Berdasar jenis pekerjaan sebagian besar dari mereka masih berstatus mahasiswa sejumlah 593 orang atau 29,65 % , disusul pelajar sejumlah 470 orang atau 23,50 %, karyawan sejumlah 387 orang atau 19,35, PNS sebanyak 329 orang atau 16,45, dan wiraswasta sebanyak 221 atau 11,05 %. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang mengunjungi sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa. Hal itu tidak mengherankan, karena di wilayah Kabupaten Sleman merupakan pusat pendidikan sehingga banyak terdapat sekolah-sekolah maupun perguruan tinggi.

Dari sisi jenis kelamin wisatawan yang mengunjungi sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman dan menjadi responden sebagian besar adalah perempuan. yaitu sebanyak 1122 atau 56,10 %. Sedangkan wisatawan yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 878 atau 43, 90 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terjadi kecenderungan bahwa jenis wisata kuliner lebih banyak diminati perempuan daripada laki-laki.

Asal wisatawan dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan pangsa pasar dan menentukan tujuan promosi. Wisatawan yang berkunjung ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman berasal wisatawan lokal dari wilayah kabupaten Sleman sendiri sebanyak 811 orang atau 40,55 % dari total responden, wisatawan lokal dari wilayah DIY di luar Kabupaten Sleman sebanyak 564 orang atau 28,20 %, wisatawan dari

wilayah Pulau Jawa di luar Propinsi DIY sebanyak 520 orang atau 26 %, Wisatawan dari luar Pulau Jawa dan bahkan dari luar negeri hanya sejumlah di bawah 5 % dari total Responden. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan kuliner di Kabupaten Sleman mayoritas masih merupakan wisatawan lokal dari wilayah DIY terutama dari wilayah Kabupaten Sleman Sendiri.

Penghasilan sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk melakukan suatu kegiatan wisata seseorang. Semakin tinggi penghasilan, semakin besar pula kesempatannya untuk bisa membiayai semua kebutuhan perjalanannya berwisata. Berdasar angket didapatkan data bahwa Wisatawan dengan penghasilan di bawah Rp. 500.000,00 memiliki jumlah terbanyak yaitu 479 orang atau 23,95%. Hal ini bisa dimaklumi mengingat sebagian wisatawan masih berstatus pelajar. Wisatawan yang memiliki penghasilan antara Rp. 500.000,00 –999.999,00 sebanyak 463 orang atau, 23,15%. Selanjutnya wisatawan yang memiliki penghasilan antara Rp. 1.000.000,00- Rp. 1.499.999,00 sejumlah 342 orang atau 17,10%. Sedangkan yang berpenghasilan antara Rp. 1.500.000,00- 1.999.999,00 sebanyak 331 orang atau 16,55%, dan yang berpenghasilan di atas Rp. 2.000.000,00 sebanyak 385 atau 19,25%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang mengunjungi sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman memiliki penghasilan yang bervariasi.

### **3. Pola Perilaku Wisatawan yang Berkunjung di Sentra-sentra Kuliner dan Obyek Wisata di Kabupaten Sleman.**

Wisatawan akan mengunjungi suatu tempat atau obyek wisata apabila dia sudah pernah mendapatkan informasi atau sudah pernah mendengar nama obyek yang akan dikunjungi. Berdasar data, mayoritas wisatawan mendapatkan informasi dari teman atau keluarga yaitu sebanyak 1227 orang atau 61,35 %, memperoleh informasi dari booklet/leaflet,/brosur sebanyak 369 orang atau 19,45 %. Sementara wisatawan lainnya memperoleh

informasi dari koran/majalah sejumlah 120 orang atau 6 %, dari kegiatan pameran sebanyak 119 orang atau 5,95 %, dari Radio/TV sejumlah 89 orang atau 4,45 %. Wisatawan yang memperoleh informasi dari travel dialog sebanyak 49 orang atau 2,43%, dari website [www.tourismsleman.com](http://www.tourismsleman.com) sebanyak 15 orang atau 0,75 %. Dari tampilan data di atas dapat dilihat bahwa mayoritas wisatawan memperoleh informasi dari teman/keluarga, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi yang paling efektif adalah promosi dari mulut ke mulut. Teman/keluarga yang terlebih dahulu pernah datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman bercerita kepada orang lain sehingga orang tersebut tertarik dan kemudian juga datang ke tempat tersebut.

Wisatawan yang datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman kebanyakan datang bersama rombongan baik bersama keluarga, teman, maupun kelompok masyarakat/instansi. Wisatawan yang datang sendiri atau sering disebut wisatawan individual masih sangat sedikit. Dari sejumlah 2000 angket yang disebar di sentra-sentra kuliner dan obyek wisata diperoleh data bahwa wisatawan yang datang bersama keluarga menempati urutan teratas yaitu sejumlah 791 orang atau 39,70 %, datang bersama teman sebanyak 722 orang atau 36,10 %, datang bersama rombongan kelompok masyarakat/instansi sebanyak 353 orang atau 17,65 %, datang sendiri hanya sejumlah 131 orang atau 6,55 %.

Frekuensi kedatangan wisatawan bisa menjadi ukuran keberhasilan suatu obyek wisata atau suatu tempat makan dalam memberikan kepuasan kepada wisatawan. Asumsinya bahwa apabila wisatawan memperoleh kepuasan dari kunjungannya, suatu saat dia akan datang lagi membawa orang lain. Apalagi jika dikaitkan dengan asal perolehan informasi wisatawan yang mayoritas dari teman atau keluarga. Data wisatawan yang baru datang pertama kali sebanyak 668 orang atau 33,40 %, kurang dari 3 kali dalam sebulan sejumlah 552 orang atau 27,60 %, lebih dari 6 kali

sejumlah 401 orang atau 20,05 %, dan antara 3 sampai 6 kali dalam satu bulan sebanyak 379 orang atau 18,95 %. Dari sebaran data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa wisatawan yang datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman rata-rata akan mengulangi kunjungannya lebih dari 1 kali. Lebih jauh lagi dapat disimpulkan bahwa hal itu menunjukkan bahwa wisatawan memperoleh kepuasan sesudah mengunjungi sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di Kabupaten Sleman dan datang lagi pada kesempatan yang lain.

Salah satu kebutuhan pokok wisatawan ketika mereka melakukan perjalanan adalah kebutuhan makan dan minum. Dikaitkan dengan kebiasaan makan tiga kali sehari, maka selama melakukan perjalanan sehari minimal perlu makan sekali dalam perjalanan. Dari 2000 angket yang disebar didapatkan data bahwa 1356 orang atau 67,80% telah membawa bekal dari rumah, sedangkan 644 orang atau 32,20% melanjutkan kegiatannya dengan makan di rumah makan /restoran/ warung makan di sekitar obyek wisata atau di tempat lain yang sejalur dengan perjalanannya. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan belum memiliki budaya jajan dalam perjalanannya. Mereka memilih membawa bekal dari rumah dengan pertimbangan penghematan biaya dan penghematan waktu perjalanan.

Selera wisatawan sangat menentukan perilaku mereka dalam menentukan pilihan tempat makan. Dari angket diperoleh data bahwa hidangan ikan (ikan bakar, ikan goreng, asam manis dan sebagainya) merupakan hidangan yang paling banyak menjadi favorit wisatawan yaitu 475 orang atau 21,80 %, disusul hidangan soto/bakso yang menjadi pilihan 399 orang atau 18,42 %. Gudeg sebagai makanan khas Daerah Istimewa Yogyakarta dipilih oleh 386 orang atau 17,80 %. Hidangan ayam dipilih oleh 341 orang atau 15,76 sebagai makanan favorit. Sedangkan jenis hidangan lain menjadi makanan favorit wisatawan di bawah 10%. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa di Kabupaten Sleman hidangan ikan, soto/bakso, gudeg dan ayam merupakan makanan yang menjadi favorit wisatawan yang berkunjung.

Sementara kebutuhan wisatawan terhadap minuman tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan mereka akan makanan. Kabupaten Sleman belum memiliki minuman yang betul-betul khas Kabupaten Sleman. Sebenarnya ada potensi yang bisa diangkat sebagai minuman khas, yaitu dawet tape ketan yang banyak dijumpai di sepanjang jalan Solo, namun belum diminati oleh wisatawan. Dari angket diperoleh data bahwa minuman berbahan teh dan jeruk (panas /dingin ) merupakan minuman yang paling banyak menjadi favorit wisatawan yaitu 761 orang atau 38,05 %, disusul juice buah yang menjadi pilihan 449 orang atau 22,42 %. Kemudian es kelapa muda dipilih oleh 421 orang atau 21,03 %. Jenis-jenis minuman yang lain masing-masing dipilih kurang dari 10 % responden. Bahkan minuman dawet yang berpotensi diangkat sebagai minuman khas pun hanya dipilih oleh 170 orang atau 8,47 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa di Kabupaten Sleman minuman teh dan jeruk merupakan minuman favorit yang paling banyak dipilih wisatawan. Hal itu tidak mengherankan, karena hampir semua tempat makan dengan menunya masing-masing selalu menyediakan minuman teh atau jeruk tersebut.

Kabupaten Sleman memiliki jenis oleh-oleh yang dapat dibeli dan dibawa pulang wisatawan. Oleh-oleh khas Sleman yang dapat di beli wisatawan seperti buah salak pondoh segar, olahan buah salak (dodol, juice, dan kripik), kripik belut, jadah tempe Kaliurang, maupun jenis kue-kue (lapis legit, Bakpia Mino, dan sebagainya) serta jamu herbal. Dari data angket yang disebar menunjukkan bahwa buah salak pondoh segar merupakan oleh-oleh favorit yang diminati wisatawan terbanyak yaitu 628 orang wisatawan atau 36,39 %. Kemudian aneka kue (lapis legit, bakpia

mino, krasikan dll) diminati oleh 520 orang atau 25,97 %, disusul jadah tempe sebanyak 281 orang atau 14,04 %. Sementara olahan salak, kripik belut dan jamu herbal masing-masing hanya diminati masing-masing kurang dari 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa buah salak segar masih menjadi favorit wisatawan sebagai oleh-oleh, meskipun buah salah pondoh dapat ditemukan hamper di setiap daerah di luar Kabupaten Sleman.

#### **4. Persepsi wisatawan terhadap Sentra-sentra Kuliner dan Obyek Wisata di Kabupaten Sleman.**

Membahas tentang kuliner tidak dapat dilepaskan dari kualitas produk yang dihasilkan, dalam hal ini adalah kualitas komponen-komponen dalam kegiatan kuliner seperti harga, variasi makanan, kualitas makanan, penampilan atau suasana tempat, penyajian dan pelayanan, sarana prasarana, serta aksesibilitas. Namun berdasar dari urutan pemilihan wisatawan terhadap komponen-komponen tersebut dapat diurutkan mengenai daya tarik yang membuat wisatawan melakukan kegiatan wisata kuliner di Kabupaten Sleman, diperoleh data bahwa yang memilih komponen harga sebagai pilihan pertama atau komponen yang paling menarik adalah sejumlah 749 orang atau 37,45 %. Yang memilih variasi makanan sejumlah 507 orang atau 25,35 %. Kemudian yang memilih komponen kualitas makanan sejumlah 288 orang atau 14,40 %. Selanjutnya yang memilih komponen Penampilan/suasana tempat sejumlah 190 orang atau 9,80%. Yang memilih komponen Penyajian & Pelayanan sejumlah 137 orang atau 6,85 %. Yang memilih komponen Sarana Prasarana sejumlah 85 orang atau 4,25 %. Terakhir yang memilih komponen Aksesibilitas adalah sejumlah 38 orang atau 1,90 %. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa komponen harga menjadi mayoritas utama pemilihan wisatawan terhadap tempat makan.

Penjaringan data mengenai harapan wisatawan terhadap kuliner di Kabupaten Sleman dilakukan dengan cara wisatawan diminta menuliskan harapan mereka pada tempat yang sudah disediakan. Namun dari 2000 angket yang disebar hanya sebagian yang menuliskan jawaban. Hal itu dikarenakan responden merasa malas menulis dengan jawaban yang belum ditentukan. Namun hal itu tidak menjadi kendala, karena dari sebagian responden yang menjawab, jawaban juga tidak berbeda jauh. Secara ringkas dapat ditampilkan variasi jawaban mengenai harapan-harapan wisatawan seperti di bawah ini:

- a. Kualitas dan Variasi makanan ditambah jumlahnya
- b. Lokasi tempat makan dibuat lebih menarik dan nyaman, dan bersih
- c. Pelayanan lebih ditingkatkan
- d. Sarana dan prasarana lebih ditingkatkan
- e. Harga dibuat murah tetapi kualitas tetap bagus
- f. Promosi lebih ditingkatkan dengan menggunakan media yang lebih canggih
- g. Menonjolkan makanan yang ada di Kabupaten Sleman menjadi makanan khas
- h. Disediakan tempat penjualan khusus oleh-oleh khas Jogja yang tidak ada di daerah lain
- i. Mengembangkan salak pondoh dan ditingkatkan variasi sebagai makanan khas Sleman
- j. Makanan tradisional yang ada di Kabupaten Sleman dijadikan oleh-oleh
- k. Diperbanyak tempat penjualan olahan kelinci
- l. Makanan tradisional digali dan dipromosikan kepada masyarakat
- m. Hidangan ikan air tawar lebih diperbanyak variasinya
- n. Aneka olahan jamu herbal agar lebih diperbanyak promosi dan tempat penjualannya
- o. Kemasan oleh-oleh dan kualitasnya agar ditingkatkan

- p. Diciptakan menu yang menarik berbeda dengan daerah lainnya
- q. Diperbanyak angkutan umum yang bisa menjangkau lokasi

Data di atas merupakan data dari hasil meringkas data yang ada, dalam arti data yang sama diwakili oleh satu data, dan akhirnya didapatkan 16 variasi jawaban. Apabila dikaitkan dengan komponen produk wisata kuliner, hampir semua komponen harus ditingkatkan sesuai dengan harapan wisatawan. Selain itu penyediaan makanan khas yang betul-betul khas Sleman yang berbeda dengan daerah lain sangat diharapkan. Selain itu produk herbal yang belum lama diperkenalkan di wilayah Sleman ternyata sudah mendapatkan pangsa pasar, dan mereka berharap lebih mudah mendapatkan oleh-oleh yang berupa jamu herbal tersebut, mengingat tempat penjualannya masih sangat terbatas.

##### **5. Analisis SWOT Potensi Wisata Kuliner di Kabupaten Sleman**

Banyak faktor yang berpengaruh terhadap ramai tidaknya kunjungan wisatawan ke suatu Daerah Tujuan Wisata, seperti misalnya daya tariknya, kebersihannya, aksesibilitasnya, kelengkapan sarana prasarannya, promosinya dan sebagainya. Demikian juga halnya Kabupaten Sleman harus memiliki potensi kuliner yang memadai jika ingin mengembangkan diri sebagai daerah tujuan wisata kuliner. Namun demikian untuk dapat mendatangkan Wisatawan berkunjung menikmati daya tarik wisata kuliner di Kabupaten Sleman membutuhkan kerjasama terintegrasi antar instansi pemerintah, maupun masyarakat. Potensi wisata yang dimiliki harus sepadan dengan biaya yang harus dikeluarkan dalam pengembangannya. Terdapat suatu cara untuk mengetahui seberapa besar potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Sleman sebagai tujuan wisata kuliner, yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Melalui analisis SWOT ini dapat

digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan mengenai pengembangan Kabupaten Sleman sebagai tujuan wisata kuliner. Secara ringkas analisis SWOT tentang Potensi Wisata kuliner di Kabupaten Sleman dapat ditunjukkan di bawah ini:

**a. *Strenghts,***

- 1) Lokasi tidak jauh dari ibukota propinsi dan dilewati oleh jalur-jalur lintas propinsi
- 2) Berada pada jalur wisata di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- 3) Mempunyai sumber wisata kuliner lengkap baik warung tenda/lesehan, rumah makan, warung makan, maupun restoran
- 4) Mempunyai variasi menu/hidangan yang relatif lengkap
- 5) Termasuk wilayah sentra pendidikan sehingga mempunyai masyarakat dengan tingkat mobilitas tinggi
- 6) Apresiasi wisatawan terhadap Kuliner di Kabupaten Sleman sangat bagus
- 7) Ketersediaan bahan baku makanan dan minuman sangat berlimpah (ikan, sayuran, dll).
- 8) Harga makanan dan minuman relatif murah sehingga terjangkau oleh semua lapisan masyarakat/wisatawan

**b. *Weaknesses,***

- 1) Belum memiliki makanan dan minuman khas dan diangkat sebagai ikon Kabupaten Sleman yang tidak ada di daerah lain .
- 2) Jam buka sentra-sentra kuliner kebanyakan malam hari, sehingga wisatawan pada siang hari terbatas dalam pemilihan tempat makan, padahal mayoritas wisatawan datang ke wilayah Kabupaten Sleman pada siang hari dan tidak menginap (Lama tinggal sangat singkat)
- 3) Sebagian besar wisatawan sudah membawa bekal dari rumah sehingga tidak perlu membeli makanan di tujuan

- 4) Sebagian lokasi/tempat makan belum ada kendaraan umum yang sampai ke lokasi

**c. Opportunities**

- 1) Perubahan gaya hidup bahwa makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi lebih untuk mendapatkan pengalaman
- 2) Banyak tayangan media massa yang mengekspos masalah kuliner, sehingga berpengaruh positif terhadap pandangan masyarakat mengenai kuliner
- 3) Perubahan minat wisatawan terutama wisatawan Nusantara, dari wisata yang bersifat konvensional ke jenis wisata alternatif, salah satunya adalah wisata kuliner.
- 4) Berkurangnya/lunturnya anggapan tabu (Sunda:*pamali*, Jawa:*ora ilok*) dari masyarakat jika membeli / jajan makanan dan dimakan di tempat (Jawa: *ngiras*)
- 5) Kabupaten Sleman memiliki banyak jenis makanan dan minuman yang bisa diangkat sebagai makanan khas Kabupaten Sleman.
- 6) Belum ada daerah/Kabupaten/Propinsi lain di sekitar wilayah Kabupaten Sleman yang dicanangkan secara resmi sebagai Daerah Tujuan Wisata Kuliner.

**d. Threats.**

- 1). Banyak daerah yang memiliki makanan khas mirip dengan Kabupaten Sleman, seperti Salak Nglumut dari wilayah Kabupaten Magelang atau dawet Ayu Purbalingga yang merambah hampir setiap sudut wilayah Kabupaten Sleman
- 2). Ketersediaan oleh-oleh khas jogja umumnya dan Kabupaten Sleman khususnya di daerah lain sehingga wisatawan tidak perlu datang ke Sleman atau Jogja jika ingin membeli makanan khas tersebut.

Dari analisis SWOT di atas telah teridentifikasi mengenai kekuatan atau segi baiknya dan peluang atau kemungkinan pengembangan ke depan. Namun demikian teridentifikasi juga adanya kelemahan dan ancaman yang mungkin timbul di daerah yang bersangkutan. Namun apabila kelemahan dan ancaman tersebut dibuat seminimal mungkin atau bahkan dihilangkan sama sekali, dapat dipastikan bahwa Kabupaten Sleman akan menjadi daerah tujuan wisata kuliner di DIY dan semakin banyak dikunjungi wisatawan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Sleman sangat layak dikembangkan sebagai tujuan wisata kuliner.

#### **6. Strategi yang tepat guna meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan terutama wisatawan kuliner di Kabupaten Sleman.**

Kabupaten Sleman yang diharapkan dapat lebih mengembangkan wisata kulinernya dan lebih jauh lagi diharapkan menjadi daerah tujuan wisata kuliner tentunya tidak sedikit mengalami hambatan-hambatan. Dinas atau sub Dinas Pariwisata sebagai kepanjangan tangan pemerintah sebenarnya mempunyai tanggung jawab yang berat terhadap pengembangan wisata daerahnya. Dinas Pariwisata merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang kepariwisataan. Dinas ini didukung oleh masyarakat mempunyai tugas untuk menjaga ketertiban dan keberlangsungan obyek atau kawasan wisata sehingga tempat tersebut dapat menjadi tujuan wisata yang ramai. Namun hal itu saja tidak cukup. Koordinasi antar instansi/Dinas di lingkungan Pemerintah Daerah sangat dibutuhkan.

Oleh karena itu agar harapan kabupaten Sleman dapat menjadi tujuan wisata kuliner dapat tercapai, diperlukan strategi-strategi yang tepat. Dari hasil penelitian ini dapat direkomendasikan /diusulkan strategi pengembangan antara lain:

1. Penciptaan Makanan dan Minuman Khas Kabupaten Sleman

2. Meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan di sentra-sentra kuliner
3. Membuat Kebijakan Mewajibkan Hotel-hotel di Wilayah Kabupaten Sleman Menyajikan Makanan Khas /Minuman Khas Kabupaten Sleman dalam menunya
4. Mengembangkan Taman Kuliner sebagai Salah satu tujuan wisata Kuliner untuk mensiasati kebutuhan sentra tempat makan di siang hari
5. Mengembangkan paket wisata yang menyertakan kegiatan makan di restoran/rumah makan/warung makan di Kabupaten Sleman sebagai salah satu kegiatannya

## **SIMPULAN**

Wisatawan yang datang ke sentra-sentra kuliner dan obyek wisata di kabupaten Sleman terbanyak pada rentang usia 21-35 tahun, berstatus pelajar dan mahasiswa. Terjadi kecenderungan bahwa jenis wisata kuliner lebih banyak diminati perempuan daripada laki-laki, berasal dari wilayah DIY terutama dari wilayah Kabupaten Sleman Sendiri dengan penghasilan yang bervariasi. Mayoritas wisatawan memperoleh informasi dari teman/keluarga, sehingga promosi yang paling efektif adalah promosi dari mulut ke mulut. Mereka kebanyakan datang bersama rombongan baik bersama keluarga, teman, maupun kelompok masyarakat/instansi, wisatawan individual masih sangat sedikit, dan rata-rata akan mengulangi kunjungannya lebih dari 1 kali. Mayoritas wisatawan belum memiliki budaya jajan dalam perjalanannya. Mereka memilih membawa bekal dari rumah dengan pertimbangan penghematan biaya dan penghematan waktu perjalanan. Hidangan ikan, soto/bakso, gudeg dan ayam, serta minuman teh dan jeruk merupakan makanan dan minuman yang menjadi favorit wisatawan yang berkunjung. Sebagai oleh-oleh, buah salak segar masih menjadi favorit. Wisatawan menjadikan komponen harga menjadi

mayoritas utama pemilihan tempat makan. Dari semua penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Sleman sangat layak dikembangkan sebagai tujuan wisata kuliner.

## REFERENSI

Echols, John M. & Shadily, Hasan. 1993. *Kamus Inggris Indonesia*. Penerbit PT. Gramedia. Jakarta.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary\\_profession](http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_profession)

<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/022007/17/0902.htm>

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2004. *Peningkatan Status Gastronomi Makanan Khas Indonesia* dalam festival Boga. Deputi Bidang pengembangan Produk dan Usaha Pariwisata. Jakarta.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 1999. *Principles of Marketing*. 7<sup>th</sup> Edition. Printice Hall Inc. Upper Saddle River.

Marsum, WA. 1991. *Restoran Dan Segala Permasalahannya*. Andi Offset. Yogyakarta.

Nuryanti,Wiendu. 1995. Perencanaan Pembangunan Regional dan Kawasan untuk Kepariwisata Alam. Dalam Chafid Fandeli. Ed. *Dasar-dasar manajemen Kepariwisata alam*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.

Soekadijo, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Supranto. J. 2001. *Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Rineka Cipta. Jakarta.

Undang-undang RI No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata

Zeithaml, Valarie A. & Bitner, Mary Jo. 2000. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Second Edition. Mc Graw-Hill Inc. Singapore.

