

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PRODUK, KUALITAS BAHAN BAKU, DAN CARA PENGOLAHAN MAKANAN TRADISIONAL DI YOGYAKARTA

Minta Harsana¹

¹Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: minta_harsana@uny.ac.id

ABSTRACT

Wisata kuliner saat ini menunjukkan perkembangan yang signifikan di Indonesia. DI Yogyakarta merupakan salah satu kota yang telah ditetapkan sebagai daerah tujuan wisata kuliner. DI Yogyakarta memiliki kekayaan makanan tradisional yang beragam dengan cara pengolahan yang unik, dan pangsa pasar yang menjanjikan. Namun, pengembangan wisata kuliner berbasis makanan tradisional belum dikembangkan secara terpadu.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) mengkaji persepsi wisatawan terhadap kualitas produk, kualitas bahan baku, dan cara pengolahan makanan tradisional DI Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif untuk mengkaji persepsi wisatawan di DI Yogyakarta terhadap makanan tradisional sebagai daya tarik wisata dari aspek kualitas produk, bahan, dan cara pengolahan yang dikumpulkan melalui kuesioner secara on-line. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5 dengan 245 wisatawan sebagai sampel yang diambil secara *Convenience sampling*. Lokasi penelitian adalah di lima kabupaten/kota wilayah DI Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional di DI Yogyakarta dari aspek kualitas produk, wisatawan sangat setuju makanan tradisional itu unik, makanan tradisional menawarkan berbagai pilihan menu, makanan tradisional memberikan perasaan menyenangkan sewaktu menikmati. Berdasar aspek kualitas makanan, wisatawan sangat setuju makanan tradisional mewakili budaya, makanan tradisional memiliki aroma yang enak, tekstur makanan tradisional mudah di kunyah,, porsi makanan sudah tepat, dan bergizi. Berdasar aspek penyajian dan pengaturan makanan tradisional sudah baik, makanan tradisional memiliki warna yang baik, makanan tradisional disajikan dengan bersih, makanan tradisional menarik perhatian, makanan tradisional memberikan selera yang bagus, dan harga makanan tradisional masuk akal dan terjangkau. Berdasar aspek kualitas bahan baku makanan tradisional terdiri dari bumbu dan bahan utama makanan tradisional menggunakan bahan-bahan yang segar, makanan tradisional menggunakan berbagai bahan mentah, dan garnish/hiasan makanan tradisional dapat dimakan. Berdasar aspek metode memasak, cara memasak makanan tradisional dilakukan secara higienis dan dimasak dengan baik.

Keywords: Keywords consist of 3-5 words arranged in alphabetical order, separated by commas

INTRODUCTION

Perkembangan industri pariwisata dunia saat ini telah mengalami peningkatan pesat. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei yang dilakukan oleh UNWTO (United National World Tourism Organization) yang menunjukkan bahwa per Januari 2017 kunjungan wisatawan di daerah tujuan wisata mengalami peningkatan. Dalam empat bulan pertama tahun 2017 tercatat 369 juta wisatawan internasional di seluruh dunia. Jumlah tersebut lebih banyak sebesar 21 juta daripada bulan

yang sama pada tahun 2016. Pada periode Januari - - April, jumlah wisatawan dalam setahun biasanya tercatat sekitar 28% (UNWTO, 2017). Wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata tidak sekadar menikmati panorama, tetapi bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan; berinteraksi dengan masyarakat; dan menikmati kuliner tradisional yang ada di sekitar daerah tujuan wisata (DTW). Baiquni (2009) menjelaskan bahwa pariwisata tidak hanya berupa perjalanan fisik dari satu tempat ke tempat lain yang berbeda budayanya, tetapi juga bisa dikemas menjadi

perjalanan imajinasi melintas batas waktu masa lalu dan masa depan.

Pengalaman berwisata di tempat tujuan wisata tidak lepas dari konsumsi makanan selama wisatawan tinggal. Makanan merupakan bagian penting dari liburan sehingga kunjungan ke restoran cenderung menjadi pengalaman puncak bagi para wisatawan (Blichfeldt et al, 2010). Hal itu karena makan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia meskipun pada perkembangannya, tujuan makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi menjadi sebuah pengalaman. Di daerah tujuan wisata, belanja wisatawan untuk keperluan makanan mencapai sepertiga dari total pengeluarannya (Hall et al 2003). Dengan menjelajahi daerah tujuan wisata, wisatawan akan mendapatkan pengalaman tentang makanan dan minuman di tempat yang dituju (Wolf, 2002 dalam Kivela & Crofts, 2005). Wisata kuliner bukan hanya untuk mengetahui dan mengalami budaya lain, tetapi juga untuk merasakan petualangan, kemampuan beradaptasi, dan keterbukaan (Molz, 2007). Terkait hal itu, wisatawan sebenarnya mengonsumsi budaya tujuan tersebut (Beer, 2008). Selain mencari makanan untuk memenuhi kebutuhan primernya, wisatawan juga akan mencari makanan khas daerah setempat. Pada umumnya, makanan khas merupakan makanan tradisional yang hanya ada di daerah tujuan wisata. Wisatawan jenis ini bisa menjadi segmen pasar yang sangat loyal (Kivela & Crofts, 2005).

Wisata kuliner menjadikan makanan tradisional sebagai salah satu daya Tarik utamanya. Gardjito (2015) mengatakan bahwa makanan tradisional adalah makanan yang diolah dari bahan pangan hasil produksi masyarakat di daerah tertentu, dengan proses yang telah dikuasai masyarakat, dan hasilnya berupa produk yang cita rasa, bentuk, dan cara makannya dikenal, digemari, dirindukan, bahkan menjadi penciri kelompok masyarakat tertentu.

Menurut hasil keputusan Lokakarya Revitalisasi Pusat Kajian Makanan Tradisional di Yogyakarta tahun 2003 diketahui bahwa batasan makanan tradisional adalah makanan

yang dibuat dari bahan yang dihasilkan di daerah setempat kemudian diolah dengan cara dan teknologi yang dikuasai oleh masyarakat setempat. Produk makanan tradisional mempunyai ketampakan, citra rasa, dan aroma yang dikenal dan disukai, bahkan dirindukan oleh masyarakat setempat. Makanan tradisional juga menjadi identitas kelompok masyarakat di tempat asal makanan tersebut; dapat digunakan sebagai sarana pemersatu bangsa; dan membangun rasa cinta tanah air. Mengacu pada pendapat dan hasil lokakarya tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan makanan tradisional adalah makanan yang dibuat dari bahan yang dihasilkan di daerah setempat; diolah dengan cara dan teknologi yang dikuasai oleh masyarakat setempat; mempunyai ketampakan, citra rasa, dan aroma yang sangat dikenal dan disukai, bahkan dirindukan oleh masyarakat setempat; serta menjadi identitas kelompok masyarakat di tempat asal makanan.

Makanan tradisional memiliki peran dalam wisata kuliner, namun terkesan kurang diperhatikan oleh masyarakat. Sebaliknya, penduduk setempat memilih masakan dari produk makanan internasional yang dipasarkan secara massal, dan makanan berantai global lainnya (Wilk, 1999; Blakey, 2012). Selain itu, promosi makanan tradisional di situs pariwisata pemerintah masih kurang diperhatikan, padahal warisan budaya dan sumber daya alam merupakan daya tarik wisata terpopuler yang ditawarkan oleh pemerintah.

Makanan tradisional Indonesia sangat beragam seiring dengan beragamnya etnik dan wilayah multikulturalnya. Makanan tradisional Indonesia mengandung beragam rempah-rempah, memiliki aneka teknik memasak, dan berbahan lokal yang sebagian terpengaruh dari India, China, Timur Tengah, dan Eropa. Keberagaman makanan tradisional juga dipengaruhi oleh beragamnya bahan baku lokal yang tersedia di tiap-tiap daerah. Makanan tradisional berpeluang besar untuk ditawarkan seiring meningkatnya jumlah wisatawan yang peduli terhadap budaya dan warisan lokal serta bisa menjadi salah satu cara terbaik untuk mengetahui budaya dan warisan lokal.

Salah satu daerah di Indonesia yang kaya akan keberagaman makanan tradisional adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (selanjutnya ditulis DI Yogyakarta). DI Yogyakarta dengan luas daerah 3.185,80 km² merupakan wilayah terkecil di Indonesia setelah Provinsi DKI Jakarta. Akan tetapi, hal tersebut tidak membuat DI Yogyakarta menjadi daerah yang kecil dalam bidang pariwisata karena DI Yogyakarta justru mampu menyandang predikat sebagai daerah tujuan wisata kedua setelah Provinsi Bali. Hal itu menunjukkan bahwa DI Yogyakarta memiliki kekuatan untuk menarik wisatawan yang terbukti pada 2017 lalu, DI Yogyakarta mampu mendatangkan wisatawan sebanyak 24.715.195 orang, yakni 601.781 dari mancanegara dan 24.113.414 dari Nusantara (Statistik Dinas Pariwisata DI Yogyakarta, 2018).

Sektor pariwisata di DI Yogyakarta juga tidak lepas dari kuliner yang dimilikinya. Wisatawan yang datang ke DI Yogyakarta, berdasarkan pengamatan awal di toko oleh-oleh dan beberapa restoran yang banyak didatangi wisatawan, mayoritas hanya memilih gudeg dan bakpia sebagai oleh-oleh, padahal jenis makanan tradisional yang ditawarkan banyak dan beragam. Hal itu tidak lepas dari persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional sebagai daya tarik wisata yang ada, yang menganggap makanan khas DI Yogyakarta hanya gudeg dan bakpia. Hal tersebut didukung dengan jawaban dari lima wisatawan yang sedang berkunjung ke Jogja dan membeli oleh-oleh di toko oleh-oleh Bandar Jaya saat ditanyakan perihal makanan yang mereka ketahui menjadi daya tarik wisata kuliner di DI Yogyakarta. Kelima wisatawan tersebut menjawab bahwa mereka hanya mengenal gudeg, bakpia, dan yangko sebagai makanan yang bisa dijadikan wisata kuliner di DI Yogyakarta. Mereka juga mengatakan bahwa masih kurang mengenal makanan tradisional yang lain menjadi tujuan wisata kuliner

Gudeg adalah salah satu makanan tradisional khas Yogyakarta yang secara turun-temurun telah menjadi menu harian sebagian besar masyarakatnya dan menjadi identitas

yang nyaris tidak terpisahkan dengan Kota Yogyakarta (Putra et al 2001). Masakan gudeg menjadi sasaran para wisatawan ketika masa liburan datang. Namun demikian, tidak semua penjual gudeg dapat ditemui di objek wisata. Adapun bakpia merupakan jenis kudapan yang awalnya berkembang di daerah Pathuk, Kampung Pajeksan, Kelurahan Sosromenduran, Kecamatan Gedongtengen. Namun, pada dekade terakhir ini bakpia juga diproduksi di berbagai tempat.

Industri kuliner tradisional biasanya dilakukan oleh pengusaha kecil atau industri rumah tangga. Cara pembuatannya yang mudah dan berbahan dasar dari bahan-bahan yang ada di sekitar membuat industri kecil ini mudah ditemui. Namun demikian, belum semua makanan tradisional sepenuhnya menjadi tuan rumah di DI Yogyakarta. Sebaliknya, bahan baku yang melimpah, cara pembuatan makanan tradisional yang unik, dan pangsa pasar yang menjanjikan seharusnya bisa menjadikan kekayaan makanan tradisional sebagai atraksi wisata yang berharga. Selama ini, pemerintah daerah sudah mulai melakukan pembinaan, tetapi perkembangan makanan tradisional masih bersifat sangat lokal dan sebagian belum memenuhi standar sebagai oleh-oleh, misalnya daya tahan produk dan kemasan yang belum menarik. Hal ini diketahui dari hasil wawancara pada saat prasurvei. Wawancara dilakukan dengan Bapak Sutikno selaku pengusaha roti kolombeng di Desa Lendah, Kulonprogo. Ia menyatakan bahwa roti kolombeng terkenal di kawasan lokal Lendah, Kulonprogo, tetapi dirasa masih kurang terkenal di kawasan regional maupun nasional. Dalam meningkatkan wisata kuliner di DI Yogyakarta, khususnya di Lendah, Kulonprogo juga dibutuhkan peran dari akademisi, pemerintah, media, serta pelaku usaha.

Berkaitan dengan pengembangan wisata kuliner di DI Yogyakarta, khususnya wilayah Kota Yogyakarta, Pemkot Yogyakarta bersama Kementerian Pariwisata RI menandatangani kesepahaman bersama dalam upaya pengembangan wisata kuliner pada 7 Oktober 2017. Kesepahaman bersama ini merupakan

bentuk komitmen Kementerian Pariwisata dalam mendukung percepatan pengembangan wisata kuliner di Yogyakarta. Kerja sama ini menyebutkan bahwa kegiatan promosi wisata kuliner menjadi tugas Kementerian Pariwisata, sedangkan pemerintah daerah bertugas memperbaiki sanitasi dan kehygienisan di lokasi wisata kuliner sehingga tercipta sinergi antara pusat dan daerah. Selain Yogyakarta, Kementerian Pariwisata juga menetapkan empat daerah lainnya sebagai destinasi wisata kuliner, yakni Bandung, Solo, Semarang, dan Denpasar (2018). Penetapan lima destinasi wisata kuliner ini berdasarkan beberapa kelayakan, antara lain produk dan daya tarik utama, pengemasan produk dan event, kelayakan pelayanan, kelayakan lingkungan, kelayakan bisnis, serta peranan pemerintah dalam pengembangan destinasi wisata kuliner. Penetapan Yogyakarta sebagai destinasi kuliner sayangnya belum secara maksimal berdampak bagi pengembangan wisata kuliner di Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengkaji pengembangan wisata kuliner melalui makanan tradisional di DI Yogyakarta. Fokus penelitian ini berkaitan dengan persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional, Persepsi masyarakat terhadap pengembangan pariwisata sangat penting karena dukungan masyarakat sangat memengaruhi keberhasilan pembangunan pariwisata. Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi mengenai suatu produk barang atau jasa oleh konsumen. Persepsi tidak hanya terjadi dalam bentuk rangsangan fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi pemasaran yang ada. Hal ini selaras dengan yang disampaikan Pride dan Ferrel (dalam Fadila, 2013), bahwa persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasa, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.

Robbins (2003) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses yang ditempuh masing-masing individu untuk

mengorganisasikan serta menafsirkan kesan dari indra yang dimiliki agar memberikan makna kepada lingkungan sekitar. Banyak faktor yang dapat memengaruhi sebuah persepsi, yakni mulai dari pelaku persepsi, objek yang dipersepsikan, serta situasi yang ada. Objek yang dipersepsikan dapat berupa benda, orang, ataupun peristiwa, sedangkan sifat objek dapat berpengaruh pada persepsi orang yang melihatnya. Adapun situasi adalah konteks dari objek yang meliputi hal-hal di lingkungan sekitar serta waktu.

Schiffman dan Kanuk (2008) mendefinisikan persepsi sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimulus ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Dua individu mungkin menerima stimulus yang sama dan dalam kondisi nyata yang sama, tetapi bagaimana setiap orang mengenal, memilih, mengatur, dan menafsirkannya merupakan proses yang sangat individual berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai, dan harapan masing-masing. Schiffman dan Kanuk (2008) juga menyampaikan beberapa persepsi konsumen terhadap suatu produk yang dapat dilihat berdasarkan hal-hal berikut.

1. Persepsi mengenai harga, yaitu cara pandang konsumen terhadap harga tertentu, seperti tinggi, rendah, dan wajar. Harga mempunyai pengaruh kuat terhadap maksud untuk membeli dan kepuasan membeli.

2. Persepsi mengenai kualitas yang dirasakan, yaitu cara konsumen dalam memandang atau menilai kualitas produk atau jasa tertentu atas dasar berbagai macam isyarat informasi yang dihubungkan dengan produk.

3. Persepsi mengenai risiko yang dirasakan, yaitu ketidakpastian yang dihadapi para konsumen jika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi keputusan pembelian mereka.

Persepsi dan penerimaan wisatawan terhadap makanan yang diinginkan dapat memunculkan motivasi untuk datang. Persepsi dan penerimaan positif akan mendorong wisatawan untuk meninjau kembali tujuan di masa depan (Rittichainuwat et al, 2008),

sedangkan persepsi dan penerimaan negatif akan memberikan dampak yang berlawanan. Beberapa wisatawan akan mengunjungi tujuan yang sama untuk menikmati keahlian memasak yang unik (Kivela & Crotts, 2009).

Sementara itu, berdasarkan persepsi kualitas dan harga sesuai dengan karakteristik wisatawan (Tin & Duarte, 2012), terdapat unsur-unsur yang ada pada spot wisata kuliner, yakni akses, kualitas kuliner, keberagaman kuliner baik makanan maupun minuman, layanan, suasana, kebersihan, keamanan, dekorasi, harga, dan fasilitas pendukung. Kim et.al (2009) menjelaskan bahwa faktor demografi yang mempengaruhi motivasi wisatawan adalah jenis kelamin, usia dan latar belakang pendidikan. Faktor demografi berguna untuk mengidentifikasi wisatawan, misalnya umur, status, pekerjaan / pendidikan, ras, dan daerah asal (Jahromy & Tajik, 2011)

Dari berbagai batasan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah cara pandang dan pemahaman seseorang terhadap suatu objek atau fenomena yang ada dan terjadi di sekitar kehidupannya. Pada hakikatnya, setiap orang yang hidup di masyarakat atau dalam lingkungan tertentu dapat memberikan persepsi berdasarkan penglihatan, pendengaran, dan akhirnya akan dapat memahami fenomena yang terjadi di lingkungan mereka.

Persepsi pemangku kepentingan perlu diperhatikan dalam pengintegrasian peran dan tugas pemangku kepentingan. Hal ini penting mengingat persepsi para pemangku kepentingan berbeda antara satu dengan lainnya, baik individu maupun kelompok. Feldman (2010) mengemukakan bahwa persepsi suatu proses konstruktif dimana orang melewati stimulus yang secara fisik ada dan berusaha untuk membentuk suatu interpretasi yang berguna, dapat berupa pandangan terhadap kebijakan, program, kegiatan, dan upaya promosi yang dilakukan pihak eksternal terhadap masyarakat lokal. Oleh karena itu, pengetahuan tentang persepsi pemangku kepentingan mulai dari di mana mereka, apa yang mereka ketahui, apa yang mereka miliki, hingga apa yang mereka inginkan, merupakan

elemen penting untuk memotivasi komitmen mereka dalam akselerasi kegiatan pembangunan pariwisata.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan digunakan untuk mencari data deskriptif kuantitatif berupa angka-angka (jumlah, rata-rata) yang berkaitan dengan persepsi wisatawan. Penentuan lokasi penelitian ditetapkan di seluruh wilayah DI Yogyakarta yang terbagi dalam empat kabupaten dan satu kota serta mempunyai sentra-sentra kuliner. Penelitian dilakukan di penyedia makanan tradisional DI Yogyakarta yang meliputi toko oleh-oleh, rumah makan, sentra kuliner, dan pasar tradisional. Penelitian terhadap populasi tentu memiliki keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, sehingga tidak seluruh populasi dijadikan objek penelitian dan perlu dilakukan sampling. Penarikan sampel dilakukan secara nonprobabilitas. Sugiyono (2015), menjelaskan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, peristiwa, atau segala sesuatu yang menarik bagi peneliti untuk di investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Nusantara yang datang ke Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel adalah *Convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kemudahan. Dalam penelitian ini. Setiap wisatawan yang secara mudah dapat ditemui peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data. Pengambilan sampel wisatawan dilakukan melalui on-line. Berdasarkan data diketahui bahwa jumlah wisatawan Nusantara yang datang ke DI Yogyakarta pada 2013 – 2017 mencapai 84.516.026 orang. Setelah diambil rata-rata (mean) ditemukan jumlah 16.903.205 yang kemudian dibagi lima kabupaten/kota sehingga berjumlah 3.380.641. mengacu pada tabel Roscoe (dalam Soegiyono, (2005), Penentuan jumlah sample dari populasi, yakni apabila jumlah sample lebih dari 1.000.000 maka sample yang diambil sejumlah 272. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang mengisi

kuesioner adalah 275, tetapi tidak semua bisa dianalisis dikarenakan data ekstra variasi dan jawaban dari pengisian skor semua sama. Kuesioner yang bisa dianalisis berjumlah 245 sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 245 wisatawan yang terdiri dari 160 pria dan 85 wanita. Berdasarkan data diketahui bahwa jumlah wisatawan Nusantara yang datang ke DI Yogyakarta pada 2013 – 2017 mencapai 84.516.026 orang. Setelah diambil rata-rata (mean) ditemukan jumlah 16.903.205 yang kemudian dibagi lima kabupaten/kota sehingga berjumlah 3.380.641. mengacu pada tabel Roscoe (dalam Soegiyono, (2005), Penentuan jumlah sample dari populasi, yakni apabila jumlah sample lebih dari 1.000.000 maka sample yang diambil sejumlah 272. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang mengisi kuesioner adalah 275, tetapi tidak semua bisa dianalisis dikarenakan data ekstra variasi dan jawaban dari pengisian skor semua sama. Kuesioner yang bisa dianalisis berjumlah 245 sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 245 wisatawan yang terdiri dari 160 pria dan 85 wanita.

RESULTS AND DISCUSSION

Persepsi Wisatawan terhadap Makanan Tradisional di DI Yogyakarta

1. Kualitas Produk

Variasi makanan merupakan salah satu aspek yang menarik wisatawan untuk membeli/mengonsumsi produk makanan tradisional di DI Yogyakarta. Tabel berikut menunjukkan persepsi wisatawan terhadap Dimensi variasi makanan tradisional di DI Yogyakarta.

Tabel 1 Persepsi Wisatawan terhadap Dimensi Variasi Makanan

No. Item	Indikator	1:STS	2:TS	3:RR	4:S	5:SS	Rata-rata	Ket
4	Garnish/Hiasan (yaitu buah, sayuran, daun, bunga) dari makanan tradisional memiliki ukuran dan bentuk yang tepat.	(6) 2,45	(26) 10,61	(90) 36,73	(88) 35,92	(35) 14,29	3,49	B
8	Makanan tradisional memberi perasaan menyenangkan	(2) 0,82	(16) 4,08	(35) 14,29	(112) 45,71	(86) 35,10	4,1	B
19	Makanan tradisional menawarkan berbagai pilihan menu	(1) 0,41	(15) 6,12	(38) 15,51	(113) 46,12	(78) 31,84	4,03	B
30	Makanan tradisional itu unik	(2) 0,82	(3) 1,22	(10) 4,08	(70) 28,57	(160) 65,31	4,56	SB
Rata-Rata Variasi Makanan							4,05	B

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju.

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh informasi bahwa pada indikator ke-4, mayoritas responden, yaitu sebanyak 90 orang (36,73%) menyatakan ragu-ragu mengenai hiasan makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki ukuran dan bentuk yang tepat. Hiasan pada umumnya hanya menjadi pelengkap dalam suatu masakan karena tidak di semua makanan terdapat garnish/hiasan sehingga responden ragu-ragu ketika menilai tentang ketepatan ukuran dan bentuk.

Pada indikator ke-8, mayoritas responden, yaitu sebanyak 112 orang (45,7%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta memberi perasaan menyenangkan. Menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta dapat menyenangkan perasaan pada saat melihat penyajian maupun dari rasa makanan.

Pada indikator ke-19, mayoritas responden, yaitu sebanyak 113 orang (46,1%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta menawarkan berbagai pilihan menu. Berbagai pilihan menu akan membuat responden memiliki berbagai pilihan dalam memilih makanan tradisional di DI Yogyakarta.

Pada indikator ke-30, mayoritas responden, yaitu sebanyak 160 orang (65,3%) menyatakan sangat setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta itu unik. Menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta itu unik. Keunikan tersebut dapat dinilai dari proses pembuatan, proses pemasakan, proses penyajian, ragam rasa, dan warna makanan.

Tabel 1 juga menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi dimensi variasi makanan sebesar 4,56 terletak pada indikator ke-30, yaitu “Makanan tradisional itu unik”. Hal ini berarti bahwa menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta itu unik. Keunikan tersebut dapat dinilai dari proses pembuatan, proses pemasakan, proses penyajian, ragam rasa, dan warna makanan. Adapun rata-rata terendah pada dimensi variasi makanan terletak pada indikator ke-4, yaitu “Garnish/Hiasan (buah, sayuran, daun, bunga) dari makanan tradisional memiliki ukuran dan bentuk yang tepat”. Hal ini berarti bahwa, menurut responden, garnish/hiasan pada makanan tradisional belum sepenuhnya berada pada ukuran dan bentuk yang tepat.

Persepsi responden mengenai variasi makanan tradisional di DI Yogyakarta positif. Hal itu berarti bahwa menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta bervariasi karena ragam jenis

makanan tersebut banyak. Beragamnya jenis makanan tradisional memberikan kesempatan kepada responden untuk memilih makanan sesuai dengan selera masing-masing. Makanan tradisional memunculkan perasaan menyenangkan saat dimakan dan terdapat berbagai pilihan menu yang ditawarkan. Hal itu sesuai pendapat Molz (2007) yang menyatakan bahwa wisata kuliner bukan hanya untuk mengetahui dan mengalami budaya lain, tetapi juga untuk melakukan rasa petualangan, kemampuan beradaptasi, dan keterbukaan. Keinginan untuk berwisata dan mencicipi hidangan unik dan autentik menjadi salah satu motivasi terbesar dalam industri pariwisata.

Persepsi responden mengenai dimensi variasi makanan tradisional di DI Yogyakarta juga ada yang negatif yaitu terkait garnish/hiasan (buah, sayuran, daun, bunga) pada makanan tradisional yang memiliki ukuran dan bentuk tidak sesuai. Hal ini disebabkan pemahaman tentang garnish/hiasan dan garniture masih kurang. Garnish/hiasan pada makanan bisa dimakan sebagai pelengkap sajian. Adapun garniture adalah bahan pelengkap yang biasa digunakan untuk mempercantik tampilan hiasan pada penyajian makanan. Jadi, tidak semua makanan tradisional itu harus diberi garnish/dihias.

2 Kualitas Produk

Kualitas makanan merupakan salah satu aspek yang menarik minat wisatawan untuk membeli/mengonsumsi produk makanan tradisional di DI Yogyakarta. Kualitas dapat dinilai berdasarkan penggunaan bahan, standar porsi, dan penampilan/penyajian. Bahan, standar porsi, dan penampilan/penyajian yang baik akan meningkatkan rasa dan penampilan makanan sehingga lebih menarik dan rasanya juga lebih enak. Tabel 5.24 menunjukkan persepsi wisatawan terhadap dimensi kualitas makanan tradisional di DI Yogyakarta.

Tabel 2 Persepsi Wisatawan terhadap Dimensi Kualitas Makanan

No. Item	Indikator	1;STS	2;TS	3;RR	4;S	5;SS	Rata-rata	Ket
23	Tekstur makanan tradisional lembut (mudah dipotong dan dikunyah)	0,82	4,49	20,41	46,12	28,16	3,96	B
17	Aroma makanan tradisional membangkitkan nafsu makan	1,63	4,49	17,14	40,82	35,92	4,05	B
15	Makanan tradisional memiliki aroma yang enak	0,82	4,90	17,96	48,98	27,35	3,97	B
16	Porsi ukuran makanan tradisional sudah tepat	0,82	1,63	14,69	44,49	38,37	4,18	B
13	Makanan tradisional bercita rasa pedas	8,98	14,29	41,63	23,67	11,43	3,14	CB
26	Makanan tradisional bergizi	1,22	3,67	23,27	45,31	26,53	3,92	B
27	Makanan tradisional tidak berminyak	4,90	16,33	37,55	30,20	11,02	3,26	CB
28	Makanan tradisional ringan (yaitu rendah lemak, rendah kalori, bebas gula)	6,53	15,92	35,51	30,61	11,43	3,24	CB
29	Makanan tradisional mewakili budaya	1,22	1,63	5,31	28,98	62,86	4,51	SB
Rata-Rata Kualitas Makanan							3,80	B

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2018

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju.

Berdasarkan tabel 2 diperoleh informasi bahwa pada indikator ke-23, mayoritas wisatawan, yaitu sebanyak 113 orang (46,1%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta teksturnya lembut (mudah dipotong dan dikunyah). Salah satu faktor yang memengaruhi kualitas makanan adalah tekstur makanan. Makanan yang lembut, yaitu mudah dipotong dan dikunyah akan membuat wisatawan tertarik untuk membelinya karena dinilai berkualitas baik.

Pada indikator ke-17 mayoritas responden, yaitu sebanyak 100 orang (40,8%) menyatakan setuju mengenai aroma makanan tradisional di DI Yogyakarta membangkitkan nafsu makan. Menurut mayoritas responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki aroma yang membangkitkan nafsu makan. Ketika responden mencium aroma makanan tradisional DI Yogyakarta yang enak dan khas, nafsu makan mereka pun bangkit. Pada subindikator ke-15, mayoritas responden, yaitu sebanyak 109 orang (44,5%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki aroma yang enak. Menurut mayoritas responden makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki aroma yang enak. Hal tersebut membuat responden ingin menikmati makanan tersebut pada saat mencium aromanya.

Pada indikator ke-16, mayoritas responden, yaitu sebanyak 120 orang (49%) menyatakan setuju mengenai porsi ukuran makanan tradisional di DI Yogyakarta sudah tepat. Menurut mayoritas responden porsi ukuran makanan tradisional di DI Yogyakarta sudah tepat. Makanan tradisional di DI Yogyakarta disajikan oleh penjual dengan porsi dan harga yang sesuai dengan kebutuhan pembeli. Pada indikator ke-13, mayoritas responden, yaitu sebanyak 102 orang (41,6%) menyatakan merasa ragu-ragu mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta mempunyai cita rasa pedas. Karena pada umumnya makanan tradisional Yogyakarta tidak terlalu memberikan cita rasa pedas dan kekhasan makanan tradisional Yogyakarta salah satunya gudeg adalah bercita rasa manis, mayoritas responden pun merasa ragu-ragu terhadap jawabannya.

Pada indikator ke-26 mayoritas responden, yaitu sebanyak 111 orang (45,3%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta

bergizi. Menurut responden, makanan tradisional di Yogyakarta bergizi, yakni memiliki komposisi gizi dan vitamin pada masakan tersebut. Pada subindikator ke-27, mayoritas responden, yaitu sebanyak 92 orang (37,6%) menyatakan ragu-ragu mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta tidak berminyak. Menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta banyak yang diolah dengan cara digoreng sehingga cukup berminyak. Hal tersebut menyebabkan responden ragu-ragu untuk menilai makanan tersebut tidak berminyak.

Pada indikator ke-28, mayoritas responden, yaitu sebanyak 87 orang (35,5%) menyatakan ragu-ragu mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta ringan (rendah lemak, rendah kalori, bebas gula). Mayoritas responden ragu-ragu perihal makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki komposisi rendah lemak, rendah kalori, dan bebas gula. Hal itu disebabkan karena mayoritas makanan tradisional DI Yogyakarta memiliki cita rasa manis sehingga responden ragu bahwa makanan tersebut bebas gula. Pada indikator ke-29 mayoritas responden, yaitu sebanyak 154 orang (62,9%) menyatakan sangat setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta mewakili budaya. Menurut responden makanan tradisional di DI Yogyakarta mewakili budaya. Makanan sebagai wujud budaya dipengaruhi oleh lingkungan. Makanan bagi masyarakat Yogyakarta berkaitan dengan tata cara dan tata krama.

Pada Tabel 2 juga menunjukkan rata-rata tertinggi dimensi kualitas makanan sebesar 4,51 yang terletak pada indikator ke-29, yaitu "Makanan tradisional mewakili budaya". Hal ini berarti bahwa menurut wisatawan makanan tradisional di DI Yogyakarta mewakili budaya. Makanan sebagai wujud budaya dipengaruhi oleh lingkungan. Wujud makanan berkaitan dengan jenis dan variasinya yakni mulai dari yang dikonsumsi mentah sampai dengan hasil olahannya. Nasi sebagai makanan utama orang DI Yogyakarta adalah bagian dari budaya makan. Sebelum makan nasi, mereka merasa belum makan meskipun sudah makan roti, ubi, dan lain-lain. Makanan bagi masyarakat di DI Yogyakarta juga berkaitan dengan tata cara dan tata krama. Dengan demikian, makanan dapat membawa identitas suatu daerah (Soroso et al., 2011).

Persepsi negatif pada dimensi kualitas makanan terletak pada indikator ke-13, yaitu "Makanan tradisional bercita rasa pedas". Menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta, tidak terlalu bercita rasa pedas karena kekhasan makanan

Yogyakarta salah satunya gudeg, adalah cita rasa manisnya. Namun, beberapa pengusaha berusaha memberi cita rasa yang berbeda pada gudeg seperti lebih gurih, asin, pedas, ataupun lebih asin. Hal ini memberikan ciri khas pada masing-masing olahan gudeg agar sesuai dengan lidah para pembeli. Selain itu, pada pelengkap gudeg, yaitu sayur krecek. sayur krecek pelengkap gudeg biasanya diberikan cabe rawit utuh di atasnya, selain dilengkapi pula dengan sambal terasi.

Persepsi positif responden mengenai kualitas makanan tradisional di DI Yogyakarta berarti bahwa secara keseluruhan kualitas makanan tradisional di DI Yogyakarta dapat dikategorikan baik. Kualitas makanan, termasuk makanan tradisional, adalah mutu dari makanan itu. Kualitas makanan sangat dipengaruhi oleh penampilan, rasa, aroma, tekstur, suhu pada saat dihidangkan, warna makanan, dan karakter makanan. Kualitas makanan sangat memengaruhi kepuasan para tamu yang menikmati makanan yang disajikan.

3 Kualitas Makanan

Penyajian makanan merupakan salah satu aspek yang menjadi daya tarik

wisatawan untuk membeli/mengonsumsi produk makanan tradisional. Penyajian dapat dinilai berdasarkan peralatan, kecepatan menyelesaikan pesanan, dan ketepatan penyajian. Tabel 5.25 menunjukkan persepsi wisatawan terhadap indikator penyajian makanan tradisional Yogyakarta.

Tabel 3 Persepsi Wisatawan terhadap Dimensi Penyajian Makanan

No. Item	Indikator	1;STS	2;TS	3;RR	4;S	5;SS	Rata-rata	Ket
1	Makanan tradisional disajikan bersih	(2) 0,82	(5) 2,04	(60) 24,49	(119) 48,57	(59) 24,08	3,93	B
3	Makanan tradisional disajikan dan diatur dengan baik	(1) 0,41	(16) 6,53	(48) 19,59	(121) 49,39	(59) 24,08	3,9	B
5	Makanan tradisional memiliki warna yang menarik	(3) 1,22	(14) 5,71	(65) 26,53	(118) 48,16	(45) 18,37	3,77	B
6	Makanan tradisional memiliki dekorasi yang menarik	(1) 0,41	(29) 11,84	(84) 34,29	(79) 32,24	(52) 21,22	3,62	B
11	Makanan tradisional memiliki suhu yang tepat saat disajikan	1,22	4,08	18,78	39,18	36,73	4,06	B
12	Makanan tradisional sangat menarik perhatian	1,63	3,27	16,73	46,12	32,24	4,04	B
18	Makanan tradisional memiliki selera yang bagus	0,00	6,53	30,20	45,31	17,96	3,75	B
Rata-Rata Penyajian Makanan							3,87	B

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju.

Berdasarkan tabel 3 diperoleh informasi bahwa pada indikator ke-1 mayoritas responden, yaitu 119 orang (48,6%) menyatakan setuju mengenai kebersihan penyajian makanan tradisional di DI Yogyakarta. Menurut responden, pedagang menjual makanan tradisional dengan kondisi makanan bersih, baik dari segi penyajian maupun proses memasak. Pada indikator ke-3, mayoritas responden, yaitu sebanyak

121 orang (49,4%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta disajikan dan diatur dengan baik. Mayoritas responden setuju bahwa makanan tradisional di DI Yogyakarta disajikan dan diatur dengan baik serta disajikan dan diatur sesuai dengan porsi yang pas.

Pada indikator ke-5 mayoritas responden, yaitu sebanyak 118 orang (48,2%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki warna yang menarik. Mayoritas responden setuju bahwa makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki warna yang menarik. Menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta disajikan dalam berbagai warna sehingga hal ini membuat responden tertarik dengan makanan tersebut. Pada indikator ke-6 menunjukkan 84 orang (34,3%) yang mempunyai persepsi ragu-ragu mengenai penyajian makanan tradisional memiliki dekorasi yang menarik. Dekorasi pada umumnya hanya sebagai pelengkap dalam suatu makanan. Karena tidak semua makanan ada dekorasinya respondenpun ragu-ragu menilai hal tersebut.

Pada indikator ke-11, mayoritas responden, yaitu sebanyak 111 orang (45,3%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki suhu yang tepat saat disajikan. Penyajian makanan pada suhu yang tepat dapat memengaruhi kenikmatan dalam mengonsumsi makanan. Makanan yang disajikan dalam suhu sangat panas kurang baik karena responden harus menunggu sampai makanan tersebut memiliki suhu yang pas untuk bisa dikonsumsi, sebaliknya makanan yang disajikan setelah dingin akan mengurangi kenikmatan dalam mengonsumsi makanan tersebut. Oleh karena itu, ketepatan suhu dalam menyajikan makanan merupakan hal yang perlu diperhatikan. Menurut responden makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki suhu yang tepat saat disajikan. Pada indikator ke-12 mayoritas responden, yaitu sebanyak 96 orang (39,2%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta sangat menarik perhatian. Hal tersebut berarti bahwa penampilan makanan tradisional juga menjadi daya tarik bagi responden dalam menikmati makanan dan keputusan pembelian. Pada indikator ke-18, mayoritas responden, yaitu sebanyak 113 orang (46,1%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki selera yang bagus. Hal ini berarti bahwa jenis, rasa, dan tekstur makanan tradisional di DI Yogyakarta sesuai dengan selera wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.

Tabel 3 menunjukkan bahwa persepsi positif responden terhadap dimensi penyajian makanan terletak pada indikator makanan tradisional memiliki suhu yang tepat saat disajikan, makanan tradisional disajikan bersih, serta makanan tradisional disajikan dan diatur dengan baik. Penyajian makanan pada suhu yang tepat dapat memengaruhi kenikmatan dalam mengonsumsi makanan. Makanan yang disajikan dalam suhu sangat panas kurang baik karena responden harus menunggu sampai makanan tersebut tidak terlalu panas sehingga bisa dikonsumsi, sebaliknya makanan yang disajikan setelah dingin akan mengurangi kenikmatan dalam mengonsumsi makanan tersebut. Ketepatan suhu dalam menyajikan makanan merupakan hal yang harus diperhatikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Margaretha dan Edwin (2012) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang kualitas makanan antara lain warna, penampilan, tekstur, rasa, dan suhu.

Adapun persepsi negatife pada dimensi penyajian makanan terletak pada indikator ke-6, yaitu “Makanan tradisional memiliki dekorasi yang menarik”. Menurut responden, dekorasi makanan tradisional di DI Yogyakarta kurang menarik jika dibandingkan dengan indikator lain pada dimensi penyajian.

4 Kualitas Produk

Harga makanan merupakan salah satu aspek yang menarik minat wisatawan untuk membeli/mengonsumsi produk makanan tradisional di DI Yogyakarta. Harga dapat dinilai berdasarkan standar harga yang ditetapkan dan pilihan harga yang disediakan. Tabel berikut menunjukkan persepsi wisatawan terhadap dimensi harga makanan tradisional di DI Yogyakarta.

Tabel 4 Persepsi Wisatawan terhadap Dimensi Harga Makanan

No. Item	Indikator	1;STS	2;TS	3;RR	4;S	5;SS	Rata-rata	Ket
22	Harga makanan tradisional cukup masuk akal	(1) 0,41	(4) 1,63	(27) 11,02	(108) 44,08	(105) 42,86	4,27	ST
Rata-Rata Harga Makanan							4,27	ST

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju.

Berdasarkan data yang diperoleh diketahui bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 108 orang (44,1%) menyatakan setuju terhadap harga makanan tradisional di DI Yogyakarta cukup masuk akal. Harga makanan tradisional yang dirasa cukup masuk akal akan membuat wisatawan

mempertimbangkan pembelian makanan tersebut. Menurut responden, standar harga yang ditetapkan dan pilihan harga yang disediakan oleh para penjual makanan tradisional di DI Yogyakarta sangat terjangkau.

Persepsi responden mengenai harga makanan tradisional di DI Yogyakarta sebesar 4,27. Menurut responden, harga makanan tradisional di DI Yogyakarta dapat dikategorikan sangat terjangkau dan membuat responden mempertimbangkan pembelian makanan tersebut. Menurut responden, standar harga yang ditetapkan dan pilihan harga yang disediakan oleh para penjual makanan tradisional di DI Yogyakarta sangat terjangkau, Gardjito (2015) mengatakan bahwa harga harus sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Hal itu disebabkan sangat tidak realistis jika makanan dengan kualitas standar atau di bawah standar dipatok dengan harga tinggi.

Persepsi positif responden mengenai variable kualitas produk makanan tradisional di DI Yogyakarta dari keempat dimensi diperoleh nilai mean sebesar 4,00 termasuk kategori baik. Hal itu berarti bahwa secara keseluruhan kualitas produk makanan tradisional di DI Yogyakarta dapat dikategorikan baik. Variabel kualitas produk makanan tradisional, adalah mutu dari produk makanan itu. Kualitas produk makanan sangat dipengaruhi oleh variasi makanan, kualitas makanan meliputi penampilan, rasa, aroma, tekstur, warna makanan, dan karakter makanan, begitu juga dengan dimensi penyajian dan harga makanan. Kualitas produk makanan sangat memengaruhi kepuasan para tamu yang menikmati makanan yang disajikan.

5 Kualitas Bahan Baku

Garnish/Hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan merupakan salah satu aspek daya tarik wisatawan untuk membeli/mengonsumsi produk makanan tradisional di DI Yogyakarta. Tabel 5 menunjukkan persepsi wisatawan terhadap dimensi garnish/hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan tradisional di DI Yogyakarta.

Tabel 5 Persepsi Wisatawan Terhadap Dimensi Garnish/Hiasan, Bumbu, dan Bahan Utama Makanan

No. Item	Indikator	1;STS	2;TS	3;RR	4;S	5;SS	Rata-rata	Ket
7	Garnish/Hiasan (yaitu buah, sayuran, daun, bunga) dari makanan tradisional dapat dimakan	2,04	4,49	28,98	45,71	18,78	3,75	T
9	Hiasan (yaitu buah, sayuran, daun, bunga) makanan tradisional dalam keadaan segar	2,04	4,08	34,29	41,63	17,96	3,69	T
10	Bumbu (yaitu saus sambal, kecap kedelai) dari makanan tradisional segar	0,82	2,04	24,08	44,49	28,57	3,98	T
20	Makanan tradisional menggunakan bahan-bahan segar	6,12	12,65	26,12	37,14	17,96	3,48	T
24	Makanan tradisional menggunakan berbagai bahan mentah (yaitu daging, sayuran, ikan, telur)	0,82	3,27	22,86	46,12	26,94	3,95	T
25	Makanan tradisional menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi (yaitu daging grade A)	2,45	12,65	40,00	30,61	14,29	3,42	T
Rata-Rata							3,71	T

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju.

Berdasarkan data yang diperoleh diketahui bahwa pada indikator ke-7 mayoritas responden, yaitu sebanyak 112 orang (45,7%) menyatakan setuju mengenai hiasan makanan tradisional di DI Yogyakarta berasal dari bahan yang dapat dimakan. Hiasan pada umumnya hanya sebagai pelengkap dalam makanan. Namun, jika hiasan tersebut bisa dimakan, makanan akan mendapat nilai lebih. Pada indikator ke-9, mayoritas responden, yaitu sebanyak 102 orang (41,6%) menyatakan setuju mengenai hiasan makanan tradisional di DI Yogyakarta dalam keadaan segar. Hiasan pada makanan tradisional merupakan salah satu daya tarik agar makanan tersebut diminati oleh wisatawan. Kesegaran hiasan yang umumnya dibuat dari bahan makanan yang langsung bisa disantap akan memberikan nilai lebih pada makanan tersebut.

Pada indikator ke-10, mayoritas responden, yaitu sebanyak 109 orang (44,5%) menyatakan setuju mengenai bumbu makanan tradisional di DI Yogyakarta dalam keadaan segar. Pada indikator ke-20, mayoritas responden, yaitu sebanyak 113 orang (46,1%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta menggunakan bahan-bahan segar. Kesegaran bumbu-bumbu atau penyedap rasa berupa saus dan kecap yang digunakan dalam makanan akan memberikan cita rasa lebih daripada bumbu yang lama dan sudah tidak segar lagi.

Pada indikator ke-24, mayoritas responden, yaitu sebanyak 91 orang (37,1%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta menggunakan berbagai bahan mentah (daging, sayuran, ikan, telur). Pada subindikator ke-25, mayoritas responden, yaitu sebanyak 98 orang (40%) menyatakan ragu-ragu mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta menggunakan bahan-

bahan berkualitas tinggi (daging grade A). Mayoritas responden ragu-ragu mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi (daging grade A) karena tidak semua bahan olahan makanan tradisional menggunakan daging. Hal itu menyebabkan wisatawan ragu-ragu untuk menilai bahwa bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas tinggi, seperti daging grade A.

Berdasarkan tabel 5.28 diketahui bahwa persepsi positif responden terhadap dimensi garnish/hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan terletak pada subindikator ke-10, yaitu “Bumbu (saus sambal, kecap kedelai) dari makanan tradisional segar”. Hal ini berarti bahwa menurut responden garnish/hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan tradisional di DI Yogyakarta sudah disajikan dengan tepat dan menggunakan bahan-bahan tradisional yang masih segar. Xiaomin (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kriteria atau karakteristik makanan tradisional adalah penggunaan bahan endogen, yaitu bahan baku lokal yang unik dan khas setempat. Karena bahan dan bumbu masakan unik, cita rasa dan aroma yang dihasilkan menjadi unik pula.

Adapun persepsi negatif wisatawan mengenai dimensi garnish/hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan terletak pada indikator ke-25, yaitu “Makanan tradisional menggunakan bahan berkualitas tinggi (daging grade A)”. Menurut responden kualitas bahan makanan tradisional di DI Yogyakarta masih kurang jika dibandingkan dengan indikator lain pada indikator garnish/hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan.

Persepsi positif responden mengenai kualitas bahan baku makanan tradisional di DI Yogyakarta dari keempat dimensi diperoleh nilai mean sebesar 3,71 termasuk kategori baik. Hal itu berarti bahwa secara keseluruhan kualitas bahan baku makanan tradisional di DI Yogyakarta dapat dikategorikan baik. Kualitas bahan baku makanan tradisional, meliputi Garnish/Hiasan, bumbu, dan bahan utama makanan yang merupakan salah satu aspek daya tarik wisatawan untuk membeli/mengonsumsi produk makanan tradisional di DI Yogyakarta. Kualitas bahan baku makanan sangat memengaruhi kepuasan para tamu yang menikmati makanan yang disajikan. Dengan bahan baku yang berkualitas maka akan menentukan hasil produk makanan yang akan dihasilkan, sehingga dengan bahan baku yang berkualitas akan menghasilkan produk makanan yang berkualitas baik, maka akan meningkatkan

kepuasan konsumen dalam menikmati makanan tradisional di DI Yogyakarta.

6. Persepsi Cara pengolahan

Tabel 6 berikut ini menunjukkan persepsi wisatawan terhadap dimensi metode memasak makanan tradisional di DI Yogyakarta.

Tabel 6 Persepsi Wisatawan terhadap Dimensi Metode Memasak

No. Item	Indikator	1:STS	2:TS	3:RR	4:S	5:SS	Rata-rata	Ket
2	Makanan tradisional disajikan secara higienis	0,41	4,90	29,39	44,08	21,22	3,81	B
14	Makanan tradisional menggunakan berbagai metode memasak (yaitu panggang, tumis, rebus)	4,08	10,61	32,24	35,92	17,14	3,51	B
21	Makanan tradisional dimasak dengan baik (yaitu tidak terlalu matang)	1,63	2,86	15,92	43,67	35,92	4,09	B
Rata-Rata							3,81	B

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju.

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh informasi bahwa pada indikator ke-2 terdapat 108 orang (44,1%) dari 245 orang responden menyatakan setuju mengenai persiapan higienis pada penyajian makanan tradisional. Pada indikator ke-14, mayoritas responden, yaitu sebanyak 107 orang (43,7%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional di DI Yogyakarta menggunakan berbagai metode memasak (panggang, tumis, rebus). Pada indikator ke-21, mayoritas responden, yaitu sebanyak 88 orang (35,9%) menyatakan setuju mengenai makanan tradisional dimasak dengan baik (tidak terlalu matang). Makanan yang memiliki tingkat kematangan baik akan memberikan kenikmatan lebih pada saat dimakan.

Berdasarkan Tabel 6 juga diperoleh informasi perihal dimensi metode memasak makanan pada indikator ke 21, yaitu “Makanan tradisional dimasak dengan baik (tidak terlalu matang).” Hal ini berarti bahwa menurut responden, makanan tradisional di DI Yogyakarta memiliki tingkat kematangan yang baik. Makanan yang tingkat kematangan yang baik akan memberikan kenikmatan yang lebih pada saat daripada makanan yang kurang matang ataupun terlalu matang.

Persepsi positif responden mengenai metode memasak makanan tradisional di DI Yogyakarta menunjukkan bahwa secara keseluruhan, metode memasak makanan tradisional di DI Yogyakarta dapat dikategorikan baik. Metode memasak dalam penelitian ini dinilai berdasarkan ke higienisan dalam menyiapkan masakan, berbagai macam metode memasak (panggang, tumis, rebus), dan tingkat

kematangan masakan. Favalli et al, (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kombinasi penampilan (appearance) dan tekstur (texture) sangat memengaruhi pemahaman konseptual keseluruhan produk makanan tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai mean setiap dimensi rekapitulasi persepsi wisatawan mengenai 6 dimensi yaitu variasi makanan, kualitas makanan, penyajian makanan, harga makanan, garnish/hiasan, bumbu, bahan utama, dan metode memasak. Dari ke-6 dimensi, persepsi yang dinilai paling baik atau sesuai yang dinilai dari rata-rata yang paling tinggi adalah harga makanan, artinya menurut wisatawan, standar harga yang ditetapkan dan pilihan harga yang disediakan oleh para penjual makanan tradisional di DI Yogyakarta sangat terjangkau dan cukup masuk akal sehingga membuat wisatawan mempertimbangkan pembelian makanan tersebut.

Hasil rekapitulasi persepsi wisatawan mengenai kualitas produk, kualitas bahan baku dan cara pengolahan. Variabel kualitas produk dikategorikan paling dominan dengan nilai rata-rata sebesar 4,00 dan variabel kualitas bahan baku dikategorikan paling rendah dengan nilai rata-rata sebesar 3,71. Hal ini berarti variabel kualitas produk makanan tradisional di DI Yogyakarta dikategorikan paling tinggi jika dibandingkan dengan variabel kualitas bahan baku dan cara pengolahan.

Persepsi wisatawan terhadap kualitas produk makanan tradisional yang terdiri dari variasi makanan, kualitas makanan, penyajian makanan dan harga makanan sudah sesuai dengan keinginan. Persepsi wisatawan terhadap cara pengolahan makanan yang berkaitan dengan metode memasak, wisatawan menilai baik. Sementara mengenai kualitas bahan baku makanan tradisional yang terdiri dari garnish/ hiasan, bumbu, dan bahan utama, wisatawan mempunyai persepsi penilaian paling rendah.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Persepsi wisatawan terhadap kualitas produk, kualitas bahan baku dan cara pengolahan makanan tradisional di DI Yogyakarta, secara keseluruhan dinilai sudah baik atau positif.

(a). Persepsi wisatawan terhadap kualitas produk makanan dari aspek variasi makanan dinilai positif oleh wisatawan karena makanan tradisional itu unik (65.31%), makanan tradisional menawarkan berbagai pilihan menu (46.12%), dan makanan tradisional memberikan perasaan menyenangkan sewaktu mengkonsumsi (45.71%). Persepsi wisatawan terhadap kualitas produk makanan tradisional di DI Yogyakarta dari aspek kualitas makanan dinilai positif oleh wisatawan karena makanan tradisional memiliki tekstur yang lembut mudah, dipotong, dan mudah dikunyah (46.12%), aroma yang enak sehingga membangkitkan nafsu makan (48.98%), porsi ukuran sudah tepat dan bergizi (45.31%), serta makanan tradisional mewakili budaya (62.86%). Persepsi wisatawan terhadap kualitas makanan tradisional di DI Yogyakarta dari aspek penyajian makanan dinilai positif oleh wisatawan karena makanan tradisional disajikan bersih (48.57%), disajikan dan diatur dengan baik (49.39%), memiliki warna yang menarik (48.16%), makanan tradisional sangat menarik perhatian (46.12%) dan menimbulkan selera yang bagus bagi penikmatnya (45.31%). Persepsi wisatawan terhadap kualitas makanan tradisional di DI Yogyakarta dari Aspek harga makanan tradisional dinilai positif oleh wisatawan karena makanan tradisional memiliki harga yang cukup masuk akal atau terjangkau (44.08%),

(b). Persepsi wisatawan terhadap kualitas bahan baku makanan tradisional di DI Yogyakarta dari aspek garnish/hiasan, bumbu, dan bahan utama dinilai positif oleh wisatawan karena garnish/hiasan (yaitu buah, sayuran, daun, bunga) dapat dimakan (45.71%), bumbu, yaitu saus sambal, kecap kedelai, dari bahan yang segar (44.49%), dan makanan tradisional menggunakan bahan mentah (46.12%).

(c). Persepsi wisatawan terhadap cara pengolahan makanan tradisional di DI Yogyakarta dari dimensi metode memasak dinilai positif oleh wisatawan karena makanan tradisional disiapkan secara higienis (44.08%), menggunakan berbagai metode memasak, dan

dimasak dengan baik yaitu tidak terlalu matang (43.67%).

REFERENCES

- [1] Badan Pusat Statistik Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.(2018) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka 2018, ISSN: 0215 – 2185.
- [2] Baiquni, M. (2009). Belajar dari Pasang Surut Peradaban Borobudur dan Konsep Pengembangan Pariwisata Borobudur. Forum Geografi, Vol 23, No 1.
- [3] Beer, S. (2008). Authenticity and Food Experience - Commercial and Academic Perspective. *Journal of Foodservice*. 19(3), 153-163. doi:10.1111/j.1745-4506.2008.00096.x
- [4] Bessiere, J. (1998). Local Development and Heritage Traditional Food and Cuisine as Tourist Attraction in Rural Areas. *Sociology Ruralis*, Vol 38(1), ISSN 0038-0199
- [5] Blichfeldt, B. S., Chor, J. & Ballegard, N. L. (2010). The dining experience: A qualitative study of top restaurant visits in a Danish context, *Journal of Tourism*, 11(1), 43-60
- [6] Dinas Kebudayaan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2018). Warisan tak berbenda.
- [7] Enteleca Research Consultancy. (2000). Tourist's Attitudes towards Regional and Local Food. The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food, and The Countryside Agency by Enteleca Research and Consultancy Ltd.
- [8] Erik Wolf. (2009). Executive Director, World Food Travel Association. What is Food Tourism. Retrieved from <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/>
- [9] Ernayanti. (2003). Ensilopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura. Deputi Bidang pelestarian dan pengembangan kebudayaan, asdep. Jakarta: Proyek pelestarian dan pengembangan tradisi dan kepercayaan.
- [10] Favalli, S. Skov, T. & Byrne, D. V. (2013). Sensory Perception and Understanding of Food Uniqueness 50(13), pp. 176-188
- [11] Frey, J & Fontana, A. (1994). The Art of Science. In Denzin, N.a.Y.L (Ed), *The Handbook of Qualitative Research* (pp.361-76). Thousand Oaks: Sage Publications
- [12] Friedman, A.L. and S. Miles. (2006). Stakeholders. Theory and Practice. OXFORD University Press
- [13] Gardjito, (2015). Makanan Tradisional Indonesia. Retrieved from <https://makanantradisionalsehat.wg.ugm.ac.id/2015/11/23/makanan-tradisional-indonesia-2/>
- [14] Global Report on Food Tourism 2012:6
- [15] Hadisantoso. (1993). Makanan Tradisional yang Memiliki Kandungan Gizi dan Keamanan yang Baik. Makalah dalam Seminar Pengembangan Pangan Tradisional dalam Rangka Penganekaragaman Pangan. Jakarta.
- [16] Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or the Experiences of Consumption An Introduction to the Tourism of taste. C. In Hall, M., Sharples, L., Mitchell R., Macionis N., & Brock Cambourne (Ed.), *Food Tourism: Around the World: Development, Management and Markets* (Chapter 1, p.1-24). Butterworth-Heinemann: Oxford.
- [17] Hall, M. C. & Sharples, L. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management, And Markets*. UK: Butterworth-Heinemann Publications.
- [18] Hall, M. C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2005). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. (1st ed.). Great Britain: Elsevier Inc.
- [19] Harmayani, E., Umar.S., & Gardjito, M.(2017). Makanan Tradisional Indonesia Seri 1: Makanan Tradisional Indonesia Kelompok Makanan fermentasi dan Makanan yang Populer di masyarakat. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [20] Harmayani. E, Umar. S & Gardjito, M. (2016), Makanan Tradisional Indonesia, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [21] Haryono, T. (1997). Inventarisasi Makanan dan Minuman dalam Sumber-Sumber Arkeologi. Fakultas Ilmu budaya, UGM.
- [22] Haryono, T. (1998). Serat Centini Sebagai Sumber Informasi Jenis makanan Tradisional Masa Lampau, *Humaniora*. No. 8, Tahun 1998

- [23] Henderson, J.C. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*, 111 (4), 317-326.
- [24] Hjalager, A. & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomic*. London: Routledge.
- [25] Horng, J. S., & Tsai, C.T. (2010). Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-National Analysis. *Tourism Management* 31, 74-85.
- [26] Horng, J. S., Liu, C. H., Chou, H. Y., & Tsai, C. Y. (2012). Understanding the Impact of Culinary Brand Equity and Destination Familiarity on Travel Intentions. *Tourism Management*, 33, 815-824.
- [27] Hult, Pride, & Ferrel. (2013). *Marketing*, 17th ed.). South-Western: Cengage Learning.
- [28] Humphrey, L. T. (1989). Traditional Foods Traditional Values. *Western Folklore*, Vol. 48, No. 2 (April, 1989), pp. 162-169. Published by Western States Folklore Society. Removed from : <http://www.jstor.org/stable/1499690> Accessed: 04-02-2016 04:41 UTC.
- [29] ICTA. (2007). *Definisi Wisata Kuliner*
- [30] Ignatov, E. & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9 (3), 235-255.
- [31] Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta. PT Gamedia Widisarana Indonesia.
- [32] Jahromy, Z. N. & Tajik, Y. (2011). Travel and Local Food and Beverage Consumption (Case Mazandaran Province, North of Iran). *Swedia: Lulea University of Technology*.
- [33] Jones, W. (2000). *Food Quality Analysis*. Oregon: Noni Blessing Holdings.
- [34] Karim, A.S. & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19: (6), 531-555.
- [35] Karim, S, A. (2006). *Culinary Tourism As A Destination Attraction: An Empirical Examination Of The Destination's Food Image And Information Sources*. (Master dissertation). A thesis presented to the Mara University of Technology.
- [36] Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2016). *Salinan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata*. Removed from <http://www.kemenpar.go.id>.
- [37] Kim, Y. H, Yuan., J. Goh, B. K. & Antun, J. M, (2009), *Web Marketing in Food Tourism: A Content Analysis of Web Sites in West Texas*, *Journal Of Culinary Science & Technology*, 7: (1), 52-64.
- [38] Kim, Y. H., Goh, B. K., & Yuan, J., (2010). Development of a multi-dimensional scale for measuring food tourist motivations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11, 56-71. doi:10.1080/15280080903520568
- [39] Kivela, J. & Croots, J.C. (2005). *Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment*. *Journal of Culinary Science & Technology*. 4 (2/3), 39-55.
- [40] Kivela, J. & Croots, J. C. (2006). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377.
- [41] Kwik, J. (2008). *Traditional Food Knowledge: A Case Study of an Immigrant Canadian 'Foodscape*. *Environments Journal*. Volume 36(1), p 59-74.
- [42] Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). *Food as a Form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective*. *Tourism and Hospitality Research*. 11: (1), 30-48.
- [43] Long, L.M. (2004). *Culinary Tourism*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- [44] Mahastrajaya, A.N. (2016). *Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Wisata Kuliner Malam Hari di Kawasan Malioboro Yogyakarta (Skripsi Sarjana Pariwisata)*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- [45] Margaretha, F. dan Edwin, J. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Took Roti Ganep's di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Kristen Petra Surabaya
- [46] McKercher, B., Okumuş, F., & Okumuş, B., (2008). *Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 25(2), 137-148.
- [47] Moertjipto, Rumijah J. S., Moeljono, & Astuti, J., (1993). *Makanan: Wujud, Variasi,*

- dan Fungsinya serta Cara Penyajiannya pada Orang Jawa Daerah Istimewa Yogyakarta. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Direktur Jendral Kebudayaan, Direktorat Sejarah & Nilai Tradisional, Proyek Penelitian, Pengkajian & Pembinaan Nilai-nilai Budaya.
- [48] Molz, J. G. (2007). Eating difference: The Cosmopolitan mobilities of culinary tourism. *Space and Culture*. 10 (1), 77-93. doi:10.1177/1206331206296383
- [49] Montanari, A. & Staniscia, B. (2009). Culinary Tourism as a Tool for Regional Re-Equilibrium. *European Planning Studies*, 17: (10), 1463-1483.
- [50] Muhilal. (1995). Makanan Tradisional Sebagai Sumber Zat Gizi dan Non gizi dalam Meningkatkan Kesehatan Individu dan Masyarakat. Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional, Jakarta, 9-11
- [51] Murdijati, Hendrassty, & Dewi. (2015). *Industri Jasa Boga*. Yogyakarta, Gadjah Mada university Press.
- [52] Nariani. N.K. (2018). Pengembangan Kuliner Lokal Berdasarkan Persepsi Wisatawan di Ubud, Bali. *Journey Vol.1 [2]: 85-98* ISSN 2654-9999 Sekolah Tinggi Pariwisata Bali internasional.
- [53] Nurhayati. (2003). Inventarisasi Masakan Tradisional Jawa serta Alternatif Pengembangannya. LPPMP, UNY.
- [54] Nurhidayati. (2013). Dalam Potensi Wisata Makanan (Food Tourism). Retrieved from <http://endahparwis-fisip.web.unair.ac.id/artikel>
- [55] Okech, R.N. (2014). Developing Culinary Tourism: The Role of Food as a Cultural Heritage in Kenya. *Proceedings of the Second International Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (GB14Chennai Conference)*, ISBN:978-1-941505-14-4 Chennai, India 11-13 July 2014 Paper ID: CF412.
- [56] Pujiyati & Harsana. (2016). Studi Potensi Wisata Makanan di Kota Semarang dalam Rangka Kesiapan Menjadi Daerah Wisata, UNY, Yogyakarta.
- [57] Renko. S. Renko. N., & Polonijo, T. (2010). Understanding the Role of Food in Rural Tourism Development in a Recovering Economy. *Journal of Food Products Marketing*. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/loi/wfpm20>
- [58] Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Mongkhonvanit, C. (2008). Understanding the motivation of travelers on repeat visit to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*. 14(1), 5-22. doi:10.1177/1356766707084216
- [59] Robbins, S.P. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Index.
- [60] Sabana, S. (2006). Nilai Estetis, Pada Kemasan Makanan Tradisional Yogyakarta. *Journal of Visual Art and Design*. Vol 1. p.10-25.
- [61] Sangmi, Y. (2010). Effects of Food Image on Tourists' Destination Image and Visit Intention. Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management University of Houston.
- [62] Scarpatto, R. (2002). Gastronomy Studies in search of Hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol. 9, No.2, June 2002, p.1-36.
- [63] Schiffman & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen (Edisi ke-7)* Jakarta: Indeks.
- [64] Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Busness*. John Wiley & Sons Ltd, West Sussex.
- [65] Selwood, J. (1993). The lure of food: food as an attraction in destination marketing, University of Winnipeg.
- [66] Setiyawan, S. (2006). Nilai Estetis pada Kemasan Makanan Tradisional Yogyakarta. *Jurnal of visual art and Design*, Vol 1 Hal 10-25.
- [67] Shenoy, S.S. (2005). *Food Tourism and The Culinary Tourist*. (thesis) presented to the Graduate School of Clemson University.
- [68] Sidharta. (2013). Persepsi terhadap Makanan Jawa Timur. *KINERJA*, Volume 19, No.2, 2015, hlm. 112-125.
- [69] Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*. 17(3), 321-336. doi:10.1080/09669580802359293.
- [70] Smith, S. L. J. & Xiao, H. G. (2008). Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination. *Journal of Travel Research*, 46, 289-299. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287506303981>

- [71] Soekarto. (1990). *Penilaian Organoleptik untuk Industri Pangan dan Hasil Pertanian*. Jakarta: Bhatara Aksara.
- [72] Soeroso et al. (2011). Traditional Indonesia Gastronomy as a Cultural Tourism Attraction, *Journal of Applied Economics in Developing Countries*, Vol. 1
- [73] Stowe & Johnston. 2008. *The Food Culture Roadtrip: Experiential Learning in Spain*. New Orlean: University of Calgary.
- [74] Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- [75] Sukalakamala, P. & Boyce, J. B. (2007). Customer perceptions for expectations and acceptance of an authentic dining experience in Thai restaurants. *Journal of Foodservice*. 18(2), 69-75. doi:10.1111/j.1745-4506.2007.00048.x
- [76] Tin, M.A. C. & Duarte, L. R. (2012). The main attributes of quality and price perception for Restaurant la Carte. Paulo Gama: Federal University of Rio Grande do Sul. *tourism international Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 40 (4) (2010), pp. 376-388
- [77] Triady, M.S. & Lazuardi. M. (2015). *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*, Jakarta: PT. Republik Solusi.
- [78] Turgarini, D. (2011) *Genggam Kuliner Lokal Pundi Jawa Barat di Tahun 2011 pun Menggelembung*. Retrieved from <https://dewiturgarini2006.wordpress.com/2012/02/19/genggam-kuliner-lokal-pundi-jawa-barat-di-tahun-2011-pun-menggelembung/>
- [79] Una Fitzgibbon (2007). *The Role of Food in Tourism & Tourism in Food A Marketing Opportunity for Food Producers*. October 3 rd 2007
- [80] Undang-Undang Republik Indonesia, No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- [81] UNWTO. (2017). *Tourism Highlights 2017 Edition* Geneva. The World Economic Forum.
- [82] Wang, Y. & Pizam, A. (2011) *Destination Marketing and Management. Theories and Applications*. Oxford: CABI Publishing.
- [83] Welsch,1996 Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Welsh_cuisine
- [84] Wenger, E, Richard M., & William S. (2002). *Cultivating Communities of practice: a guide to managing knowledge*. Harvard Business School Press.
- [85] Wibowo, Sukarno. (2013). *Peran Makanan Tradisional dalam Pengembangan Wisata Kuliner di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmiah pariwisata*, Bintara. Bandung.
- [86] Wilk, R. R. (1999). *Real Belizean Food: Building Local Identity in the Transnational Caribbean*. *American Anthropologist*, New Series, Vol. 101(2), 244-255.
- [87] Winarno, F.G. (1993). *Pangan Gizi Teknologi dan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [88] Wolf. (2004). *Perang Petani*. Yogyakarta, Insist Press.
- [89] Xiaomin, C. (2017). *City of Gastronomy. of UNESCO Creative Cities Newtwork: From Internasional Criteria to Local Practice*. Retrieved from <http://www.ritsumeij.ac.jp/acd/re/ssrc/resulp/memoir/tokusyuuugou201707/tokusyuuugou201707-08.pdf>
- [90] Yun. (2011). *Understanding Culinary Tourists: Segmentations based on Past Culinary Experiences and Attitudes toward Food-related Behaviour*. International Seminar CHIRE.

