

KEWIRAUSAHAAN KULINER SATE BANDENG DAN PENGEMBANGAN GASTRONOMI DAERAH DALAM PARIWISATA PERKOTAAN

Sate Bandeng Local Culinary Entrepreneurship As The Development Of Regional Gastronomy in Urban Tourism

Arfah Sahabudin

Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjadjaran
Jl. Dipatiukur 35 Bandung Jawa Barat Indonesia
arfah18001@mail.unpad.ac.id

Diterima : 7 Oktober 2021; Direvisi: 11 November 2021; Disetujui : 31 Desember 2021

DOI : <https://doi.org/10.37250/newkiki.v4i1.123>

Abstract

Along with the development of the city, the culinary tourism entrepreneurship in the city is also growing rapidly. Emerging development of tourism products from businesses managed by the community. However, its existence has not been able to encourage the improvement of the quality of entrepreneurship and culinary tourism attractions. A way is needed so that all these developments can continue to improve the community's economy and increase the quality of tourist visits as well as the preservation of local culture. The emergence of gastronomic tourism in the area is not yet familiar, although it can actually add value to the culinary arts. Such as making Sate Bandeng in culinary entrepreneurship as regional gastronomic tourism. This article aims to show the progress of the diversity of culinary entrepreneurship that can be appointed as regional gastronomy. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. The data was obtained based on an overview of desk research, observation and personal communication through interviews with cultural experts, Disparpora, PHRI Serang City and UKM Serang City in the culinary field. Data analysis techniques used are data collection, data reduction, data display and data verification and confirmation of conclusions. The data is described in descriptive form. The results show that culinary can strengthen the brand of a region, so culinary entrepreneurship will be important because it can strengthen culinary sustainability and improve regional gastronomy.

Keywords: *tourism, community, entrepreneurship, culinary, gastronomy*

Abstrak

Seiring perkembangan kota, para pelaku kewirausahaan pariwisata kuliner di kota pun turut berkembang pesat. Muncul pengembangan produk-produk wisata dari usaha yang dikelola oleh masyarakat. Namun keberadaannya belum mampu mendorong peningkatan kualitas kewirausahaan dan atraksi wisata kuliner, sehingga diperlukan cara agar semua perkembangan ini dapat terus meningkatkan perekonomian masyarakat. Menambah kualitas kunjungan wisatawan sekaligus pelestarian budaya lokal. Munculnya wisata gastronomi di daerah belum banyak yang mengenal, meskipun sesungguhnya dapat menambahkan nilai pada kuliner. Salah satunya pembuatan Sate Bandeng dalam kewirausahaan kuliner sebagai wisata gastronomi daerah. Artikel ini bertujuan untuk menunjukkan kemajuan dari keberagaman kewirausahaan kuliner yang dapat diangkat sebagai gastronomi daerah. Metode penelitian yang digunakan metode deskripsi dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh berdasarkan ikhtisar *desk research*, observasi dan komunikasi pribadi melalui wawancara dengan budayawan, pihak Disparpora, PHRI Kota Serang dan UKM Kota Serang bidang kuliner. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, display data dan verifikasi data dan penegasan kesimpulan. Data diuraikan dalam bentuk deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuliner dapat memperkuat *brand* suatu daerah, maka kewirausahaan kuliner akan menjadi penting karena dapat memperkuat kelestarian kuliner dan meningkatkan gastronomi daerah.

Kata kunci: pariwisata, masyarakat, kewirausahaan, kuliner, gastronomi

PENDAHULUAN

Potensi terbesar pariwisata di Kota Serang sebagai lokasi dari penelitian ini adalah peninggalan sejarah dan warisan budaya, baik peninggalan sejarah berbentuk benda, atau warisan tak benda diantaranya berupa resep-resep masakan tradisional yang melahirkan beragam kuliner tradisional. Saat ini kemunculan kuliner tradisional nyaris tertutup oleh beberapa kuliner zaman *now* yang banyak bermunculan dan menjadi *hype* silih berganti di kalangan pemburu kuliner dari kaum milenial bahkan kaum generasi peralihan.

Banyak hal yang cukup membuat Kota Serang unggul sehingga memungkinkan terjadi arus kunjungan. Pesatnya pertumbuhan Kota Serang sebagai ibu kota Provinsi yang letaknya tidak jauh dari Jakarta. Jalur transportasi tersedia. Perguruan tinggi juga tumbuh pesat, komunitas-komunitas pun demikian. Adanya Kawasan Keraton Kesultanan Banten yang telah direfitalisasi dari Banten Lama, merupakan destinasi wisata yang termasuk dalam salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi.

Kota Serang saat ini ditumbuhi banyak café dan restoran. Nuansanya pun kebanyakan yang disukai milenial. Warung-warung tenda yang mulai beroperasi setiap sore hingga ke

malamnya juga mewarnai kota di malam hari. Beberapa terlihat warung makan atau angkringan yang menjual makanan tradisional seperti *Rabeg*, *Nasi Sumsum* atau *Gerem Asem* khas kota Serang.

Beberapa toko kue yang buka dari pagi hingga ke sore hari menjual aneka kue basah. Penjual kue tradisional ini berada diantara pasar pagi Tamansari, kawasan pertokoan Royal dan kawasan Pasar Lama hingga sekitaran alun-alun. Begitu pula toko oleh-oleh yang memajang kuliner khas dalam kemasan sebagai souvenir pun sudah bermunculan. Tidak jauh dari gerbang tol Serang Timur, di kawasan Pasar Lama dan lain-lain. Toko-toko ini menyediakan emping melinjo, gula aren, kue satu, gipang dan asam kurangi atau telur asin. Produk yang diajakan setiap toko kurang lebih sama seolah makanan khas Kota Serang hanya emping, kue satu, gipang dan asam kurangi saja.

Kuliner khas tradisional kini sering muncul di acara-acara kedinasan, dan even-even kuliner nusantara, baik yang diselenggarakan di Kota Serang, maupun di Provinsi Banten dan even kuliner nasional. Namun keberadaan kuliner warisan tradisional khas Kota Serang nampaknya masih belum dapat menjadi *strong point* atau kekhasan

Kota Serang meskipun kewirausahaan kuliner yang seharusnya dapat menjadi kendaraan kepopulerannya merebak bak jamur di musim hujan.

Sajian kuliner yang dijual bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok seseorang yang sedang berkunjung ke suatu daerah, tetapi aktifitas kulineran adalah salah satu sebab yang membuat orang memutuskan untuk datang mengunjungi suatu daerah. Kuliner menjadi penting karena makanan dapat menjadi elemen vital yang dapat memperkuat *brand* suatu daerah.

Ketersediaan kuliner khas di sebuah destinasi wisata, melalui kewirausahaan kuliner berupa rumah makan dan toko oleh-oleh, adalah elemen *something to buy* yang harus ada. Namun keberadaan fasilitas berkuliner ini harus memadai menyambut kunjungan. Rumah makan sebaiknya memiliki fasilitas parkir, toilet dan lain-lain yang memadai untuk bus wisata dan beberapa mobil pribadi dari pengunjung.

Proses pembuatan kuliner dapat menjadi elemen atraksi wisata *something to see* atau *something to do* dan *something to learn* yaitu menambahkan unsur edukasi dan budaya ke dalam sajian kuliner yang disediakan. Tetapi saat ini untuk mendapatkan unsur edukasi dan

budaya dari kuliner tradisional hanya dapat diperoleh bila pengunjung atau wisatawan langsung ke rumah produksi, sedangkan kondisinya belum tentu memadai untuk dijadikan tempat wisata edukasi.

Hampir seluruh UKM pembuat sate bandeng yang menjadi informan penelitian ini belum memiliki rumah produksi yang memadai, meskipun diantaranya sudah sering menerima kunjungan seperti UKM Sate Bandeng Ratu Toety dan Bilvie Food dengan area parkir dan kapasitas ruangan produksi belum memadai untuk dapat menampung pengunjung lebih banyak.

Rumah makan yang menyediakan makanan khas lokal dengan standar restoran yang baik dengan menu tradisional lengkap pun masih jarang sekali. Jika ingin menikmati kue jejorong, pasung, bontot, ketan bintul dan lain-lain, hanya dapat dijumpai di beberapa toko kue dan pasar tradisional. Kuliner khas yang beragam ini dapat menjadi atraksi wisata gastronomi yang menonjolkan unsur budaya, sejarah dan filosofinya.

Memberdayakan sektor kuliner adalah salah satu strategi ampuh yang kini digunakan sejumlah negara untuk menarik minat wisatawan selain mengembangkan destinasi wisatanya. Kota Serang sedang membangun dan sedang menerapkan

konsep pariwisata berkelanjutan dengan pendekatan pariwisata berbasis masyarakat, diantaranya memberdayakan sektor kuliner lokalnya sebagai aset wisata perkotaan.

Sebagaimana di Indonesia, Pariwisata Berkelanjutan menggunakan pendekatan Pariwisata Berbasis Masyarakat, dengan tiga model pendekatan. Model pendekatan itu adalah *Local Wisdom Tourism*, Desa/Kampung Wisata dan Kewirausahaan Sosial. Kota Serang mulai merintis konsep pariwisata berkelanjutan sejak 2016 (wawancara dengan Disparpora Kota Serang), dengan pendekatan pariwisata berbasis masyarakat, mengangkat kearifan lokal, membentuk kampung wisata dan menggalakkan kewirausahaan sosial.

Kota Serang memberikan peluang yang sangat besar bagi masyarakatnya untuk ikut berpartisipasi sebagai aktor utama dalam pembangunan kepariwisataan, sehingga masyarakatlah yang membuat keputusan dan melakukan pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang mempengaruhi kehidupannya (Pujaastawa, 2005). Masyarakat dapat mengembangkan beragam produk wisata di kampung

wisatanya dengan memanfaatkan potensi kelokalan yang dimiliki.

Bila wisatawan yang datang gencar dikenalkan beragam kuliner dengan berbagai kreatifitas, mengandung unsur edukasi dengan *storytelling* maka wisatawan akan menyesuaikan dan menyukai kuliner yang ditawarkan (Prasiasa, 2013). Seperti kampanye makanan khas melalui even-even kuliner, menampilkan cara pembuatan atau cara memasaknya disertai narasi tentang sejarah dan filosofi yang terkandung dari makanan tersebut, sehingga wisatawan akan mendapatkan pengalaman baru tentang kuliner khas Kota Serang.

Potensi kuliner khas kota Serang seumpama harta karun berupa batu permata. Permata akan lebih bernilai bila telah digosok dengan cara yang tepat. Jadi perlu dilakukan sebuah pengembangan, adaptasi, inovasi dan kolaborasi, agar kuliner khas lokal atau kuliner tradisional ini dapat lebih terangkat nilai yang ada di balik penghidangannya dan agar dapat menjadi daya tarik khas wisata perkotaan di Kota Serang serta sekaligus mengangkat gastronomi daerah dan ekonomi masyarakatnya.

Perkembangan kewirausahaan kuliner sekaligus sebagai perkembangan gastronomi daerah

adalah salah satu hal yang menunjukkan kemajuan pariwisata dan ekonomi kreatif di suatu daerah. Jenis wisata minat khusus seperti gastronomi ini belum *familiar* di kalangan pencinta wisata kuliner ataupun para penikmat pariwisata di Kota Serang bahkan bagi

para pelaku kewirausahaan kulinernya padahal potensinya besar.

Berikut sebagian kuliner lokal yang masih dilestarikan dan diperjualbelikan masyarakat Kota Serang dalam upaya-upaya kewirausahaan kuliner (Tabel 1).

Tabel 1 Makanan Tradisional Kota Serang

Nama Makanan	Kampung yang Masih Mengonsumsi
Kue Satu	Di Kampung Trondol, Sukasana, Curug, Sawah Luhur, Priyayi, Kilasah,
Sagon	Di Kampung Kaloran, Curug, Umbul tegah, taktaka, terumbu, Kilasah, Priyayi Baten
Wajit Kelapa	Di Kampung, Sawah Luhur, Curug, Sawah Luhur, Kasemen, Kilasah,
Wajit nanas	Di Kampung Trodol, Priyayii, Bendung
Gemblong	Di Kampung Klodran, Ciloang, Trondol, Curug, Taktakan, Kasemenm, sawah Luhur, Kasunyatan, Priyayi, Bendung
Gembleng/Nagasari	Di Kampung Klodran, Ciloang, Trondol, Curug, Taktakan, Kasemenm swah Luhur, Kasunyatan, Kilasah, Bedung
Ketan Bintul	Di Kampung Trodol, Cipare, Priyayi, Sukawana, Curug, Kilasah, karodangan
Sate Bandeng	Di Kampung Kaloran, Trodol, Karundang, Lopang Gede, Curug, Kilasah, Priyayi, Banten
Cecuwat	Di Kampung Kaloran, Trodol, Curug, Priyayi, Banten, Cikedung, Sawahluhur, Bendung
Opak Ketan	Di Kampung Cipocok, Curug, Priyayi, Kasemen, Cikedung
Gipang	Di Kampung Di Kampung Trondol, Sukawana, Sawah luhur, Banten, Priyayi, Terumbu, Panggung, Bendung
Rabeg	Di Kampung Lopang, Kaloran, Trondol, Kebonsawo, Cijawa masjid, Cipocok, Taktakan, Terumbu, Kasunyatan, Banten, Priyayi, Sawahluhur, Sukabela, Margaluyu
Sambel Burog	Di Kampung Lopang, Kaloran, Trondol, Kebonsawo, Cijawa masjid, Cipocok, Taktakan, Terumbu, Kasunyatan, Banten, Priyayi, Sawahluhur, Sukabela, Margaluyu
Empal	Di Kampung Trondol, Kaloran, Lopanggede, Cimuncang, Sukawana, Curug, Priyayi, Banten, Sawahluhur, Terumbu,
Enye-enye	Di Kampung Kaloran, Trondol, Cipare tegal, Cipocok, Karanganyar, taktakan
Jejorong	Di Kampung Kalodran, Trondol, Serang, Sukawana, Cipocok, Curug, Kasemen, Walantaka, Taktakan, Kasemen, Bendung

Ketan Gerong	Di Kampung Trondol, Serang, Cipocok, Curug, Terumbu, Banten, Priyayi,
Pasung	Di Kampung Trondol, Serang, Sukawana, Cipocok, Curug, Kasemen, Cantilan, Curug, Margaluyu
Cecuer	Di Kampung Trondol, Serang, Sukawana, Cipocok, Curug, Kasemen, Cantilan, Curug, Margaluyu
Dendeng Kebo	Di Kampung Kaloran, Trondol, Serang, Kelapa dua, Cantilan, Curug, Priyayi
Kolong- Kolong	Di Kampung, Kasunyatan, Sukawana, Cipocok, Curug, Kasemen, Cikedung, Curug, Priyayi, Banten, Margaluyu, Sawahluhur, Bendung

Sumber: Disparpora Kota Serang (2018)

Kekayaan kandungan sejarah dan filosofi warisan kuliner di Kota Serang yang melimpah perlu dilestarikan agar berkembang menjadi ciri khas dan identitas bagi kepariwisataan Kota Serang. Peneliti merasa perlu melakukan penelitian tentang potensi gastronomi daerah dari kewirausahaan kuliner khas di Kota Serang. Nampaknya potensi ini bila dikelola dengan baik dapat memberikan pengalaman khusus dan berkualitas bagi wisatawan sehingga keberadaan kulinernya mampu menjadi *brand* dan motivasi keputusan berkunjung wisatawan.

Sate Bandeng, Rabeg, Dendeng Kebo dan Empal yang tertera di Tabel 1 adalah masakan jenis lauk dan selebihnya adalah kudapan asin dan manis. Saat observasi ditemukan masakan lauk yang telah dikemas dengan kemasan *vacuum* untuk oleh-oleh adalah Sate Bandeng dan industri rumahan sate bandeng adalah paling banyak dijumpai di Kota Serang.

Penggambaran diatas melatarbelakangi tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan potensi wisata gastronomi daerah pada kewirausahaan kuliner lokal yang menjadi bagian dari daya tarik wisata perkotaan di Kota Serang. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi pemerintah kota ataupun *stakeholder's* kepariwisataan dalam mengembangkan pariwisata perkotaan berbasis masyarakat di Kota Serang atau pun di kabupaten dan kota lain di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism / CBT*)

Pariwisata Berbasis Masyarakat/*Community Based Tourism (CBT)* merupakan bentuk pariwisata yang dikelola oleh masyarakat lokal. Bentuk pariwisata ini menitikberatkan pada prinsip keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya yang membantu

wisatawan agar dapat memahami dan mempelajari tata cara hidup masyarakat lokal sebagai sebuah pengalaman yang tak terlupakan (Jamilah et al., 2020).

Wisata Perkotaan (*urban tourism*)

Wisata Perkotaan atau *urban tourism* biasanya berada pada kawasan perkotaan yang sedang berkembang, memanfaatkan fasilitas yang sudah ada di kota itu sebagai daya tarik wisatanya. Memiliki karakteristik yang khas, berbeda dengan pariwisata pada umumnya yang daya tarik wisatanya memang ditujukan hanya untuk mereka yang berwisata.

Kawasan perkotaan yaitu kawasan yang biasanya mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat tempat tinggal atau permukiman, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, sosial, dan kegiatan ekonomi. Kawasan ini muncul sebagai akibat dari proses urbanisasi (Adriani, 2011).

Kota juga merupakan tempat singgah karena fungsinya sebagai pintu masuk ke wilayah yang lebih luas, sebagaimana orang kerap datang ke kota untuk berbagai kegiatan; untuk berbelanja, kegiatan bisnis, mengunjungi kerabat atau keluarga, hiburan dan rekreasi. Mereka yang

datang ke kota sering menyempatkan diri untuk mengunjungi museum atau galeri seni atau objek wisata buatan dan lain-lain objek wisata di kota yang dikunjunginya.

Kuliner Lokal dan Wisata Gastronomi

Kuliner merupakan bagian dari sumber daya budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Pitana, I Gde & Surya Diarta, 2009). Daya tarik wisata dapat dibangun melalui keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman (Damanik, 2006). Makanan tradisional merupakan ciri khas yang juga memiliki keunikan, originalitas, otentisitas dan keragaman sehingga dapat dikatakan bahwa makanan tradisional merupakan daya tarik wisata.

Makanan / kuliner memiliki arti sosial dan simbolik, yaitu pertama sebagai ungkapan sosial, kedua sebagai identitas, ketiga sebagai ungkapan solidaritas dan keempat makanan sebagai bagian dari tradisi dan pusaka atau warisan budaya, kelima sebagai pengobatan dan lainnya (Turgarini & Abdillah, 2017).

Fungsi dan arti tersebut menjadikan makanan menjadi otentik dan unik, langka karena bernilai sejarah, tradisi dan filosofi. Kemudian didukung oleh kualitas rasa, aroma, warna, bentuk, kandungan nutrisi dan

gizi, higienitas, pelayanan serta keutuhan sarana pendukung seperti design interior atau layout, yang kadang tetap mempertahankan konsep aslinya namun ditaur sedemikian rupa agar tetap terjaga juga kenyamanan bagi wisatawan.

Makanan tradisional adalah makanan yang diolah dari hasil pangan masyarakat setempat, yang proses membuatnya sudah dikuasai dan hasilnya merupakan produk yang citarasanya, bentuknya dan cara makannya dikenal dan menjadi ciri khas dari masyarakat tertentu (Eni Harmayani, Umar Santoso, 2017).

Makanan / Kuliner tradisional merupakan salah satu kekayaan budaya yang harus digali kembali melalui revitalisasi dan proses transformasi. Sehingga dapat berkelanjutan. Hal ini perlu dilakukan untuk mengimbangi serbuan kuliner asing dan model *franchise* kuliner sebagai dampak pasar bebas dan globalisasi (Wurianto, 2008).

UNWTO dalam paparannya di *Global Report on Food Tourism (UNWTO)*. menyampaikan terdapat beberapa hal yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata yang berbasis kuliner (UNWTO, 2018). Paparan itu menyampaikan bahwa sebanyak 79% wisatawan menyatakan motivasi

mereka untuk melakukan perjalanan wisata adalah untuk menghadiri kegiatan atau acara kuliner (*food events*) yang diadakan di suatu destinasi pariwisata. 63% menyatakan ingin merasakan sensasi kegiatan wisata kuliner (*food tours*) dan sebanyak 62% wisatawan menyatakan motivasi mereka adalah untuk mempelajari makanan setempat dengan melakukan praktek memasak secara langsung (*cooking workshops*).

Senada dengan itu, perusahaan riset terkemuka di Inggris juga menyampaikan hasil risetnya didalam *Global Culinary Tourism Market 2019-2023*. Dikatakan bahwa saat ini banyak wisatawan yang memiliki ketertarikan terhadap daerah asal suatu makanan, minuman serta produk lokal yang dimiliki daerah tersebut (Technavio., 2019). Lebih jauh lagi disampaikan bahwa wisata kuliner yang organik menjadi ceruk pasar tersendiri terutama di antara wisatawan kuliner asal Eropa. Beberapa Tour Operator wisata kuliner bahkan menikmati keunggulan kompetitif dengan menawarkan beragam pilihan makanan organik untuk para wisatawan ini.

Produk makanan dan minuman yang akan dijadikan sebagai sebuah objek wisata gastronomi harus menjadi sesuatu yang dapat dilihat proses

pembuatannya sekaligus dapat diterima penjelasannya mengenai filosofi, sejarah dan makna makanan/minuman itu pada suatu ritual. Wisatawan juga dapat melakukan aktifitas pembuatannya dan disediakan pula untuk dapat langsung dibeli.

Menurut ketua AGI (Asosiasi Gastronomi Indonesia), Vita Datau Mesakh, gastronomi adalah segala ilmu yang berkaitan dengan seni kuliner/makanan yang terkait erat dengan area atau tempat, identitas, dan budaya. Saat ini kita dapat melihat gastronomi melalui sudut pandang *foodscape (food & landscape)* sehingga didapatkan gambaran sosial, budaya, politik, ekonomi atau sejarah yang dapat ditunjukkan melalui makanan.

Selain sebagai upaya untuk menjual dan mempromosikannya diperlukan juga kreativitas antara lain dalam pengembangan produk, proses pembuatan dan pemasaran. Terutama kreativitas dalam menciptakan pengalaman dari sebuah makanan (Mila, 2017).

Memadukan berbagai potensi pariwisata, gastronomi mampu menjadi sumber daya pariwisata yaitu berupa inovasi produk yang tentu akan berbeda dengan kegiatan atau atraksi wisata lainnya. Wisata Gastronomi dapat menyuguhkan eduwisata kuliner

yang otentik dengan pemahaman jauh lebih dalam serta apresiasi tinggi bagi kekayaan budaya dan kuliner khas daerah (Nurwitasari, 2015). Kuliner perlu dikelola dengan kreatifitas, dikembangkan dari sekedar pengunjung atau wisatawan menikmati rasa, namun mereka dapat langsung melihat proses

Gastronomi memberikan nilai tambah bagi pariwisata dengan menghubungkan budaya, lanskap, dan makanan lokal menjadi sebuah pengalaman berwisata yang berkualitas. Sedangkan pariwisata menawarkan kesempatan kepada pembuat atau penjual makanan untuk menambah nilai produknya melalui pengalaman wisatawan pada proses produksi dan konsumsi makanan tersebut. Gastronomi dan Pariwisata memberikan nilai tambah melalui pengalaman. Wisata Gastronomi merupakan produk *tangible* (berwujud/benda), seperti seni, makanan itu sendiri, padahal yang dijual adalah unsur *intangible* yaitu “pengalaman” (Anne-Mette Hjalager, 2002).

Penelitian Terdahulu

Introducing Aceh Traditional Culinary As Tourist Attractions, isinya tentang kajian keberagaman kuliner Aceh, bertujuan untuk menemukan kuliner lokal mana yang pantas untuk ditampilkan sebagai identitas tujuan

kuliner. Diperlukan promosi dan strategi untuk mengedukasi para pelancong / wisatawan tentang profil kuliner Aceh (Turgarini & Abdillah, 2017).

“Doclang, Makanan Tradisional Yang Mulai Tersisihkan”. Mengkaji keberadaan kuliner tradisional bernama Doclang yang sudah mulai langka di masyarakat Bogor. Untuk melestarikannya saat ini di Kota Bogor sudah disediakan tempat untuk wisata kuliner yang juga menyediakan Doclang. Yang unik dari doclang adalah cara pembuatan dan asal usul makanan ini (Lestari & Christina, 2018).

“Pergulatan Identitas Kultural antara Fastfood dan Kudapan”. Kajian ini bertujuan mengidentifikasi identitas suatu kelompok masyarakat melalui sudut pandang kuliner. Penelitian ini menemukan bahwa identitas bangsa dapat dilihat dari kulinernya, yaitu dari bahan baku dan proses pembuatannya (Arifin & Muslim, 2020).

“Minat Wisatawan terhadap Makanan Lokal Kota Semarang”. Artikel ini menguraikan perbedaan perilaku wisatawan dalam berwisata kuliner di Kota Semarang. Menurutnya wisata kuliner sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi wisata unggulan. Keanekaragaman warisan budaya berupa makanan khas sangat

perlu dilestarikan, diangkat dan dikembangkan dengan suatu cara agar dapat menarik wisatawan (Rahma et al., 2017).

“Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi Terhadap Penentu Keputusan Pembelian Pempek Di Kota Palembang”. Dalam Prosiding Sriwijaya Economics & Business Conference. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian pempek dipengaruhi faktor sosial, budaya dan pribadi bersama-sama sangat mempengaruhi keputusan membeli pempek (Nofiaty, Novi, Yulia Hamdani Putri, 2015).

“Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Bandung”. Menurut kajian ini pemahaman masyarakat pada wisata kuliner saat ini sebatas pada kunjungan ke tempat sentra kuliner atau mencicipi kuliner di tempat. (Nurwitasari, 2015).

“*The Culinary Development Of Pempek As A Gastronomic Tourist Attraction In Palembang Sumatera Selatan*”. Pengalaman yang dapat diperoleh wisatawan ketika melakukan wisata gastronomi adalah perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk menikmati kuliner sekaligus mendapatkan pengalaman baru yang

unik dan berkualitas, dengan memahami mulai dari pengolahan bahan mentah sampai pada pemahaman nilai-nilai budaya yang dimiliki oleh kuliner tersebut (Titing Kartika, Khoirul Fajri, 2017)

“Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo”. Ruang lingkup gastronomi bukan hanya memaparkan makanan dan minuman dari segi pemenuhan kebutuhan fisik tetapi lebih mendalami sudut pandang kuliner daerah sebagai aspek budaya serta aset bagi daerah dalam mengembangkan industri pariwisata untuk meningkatkan ekonomi rakyat dan pendapatan daerah (Sufa et al., 2020).

“Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Di Dili, Timor Leste”. Artikel ini mengidentifikasi makanan tradisional, mengukur persepsi wisatawan tentang makanan tradisional dan formulasi program untuk mengembangkan makanan tradisional sebagai wisata kuliner yaitu melakukan program peningkatan kualitas SDM, menciptakan pasar makanan tradisional, identifikasi potensi dan penilaian makanan tradisional. Perkembangan kuliner tradisional juga dapat memberikan kontribusi terhadap

pariwisata yang berkelanjutan (Barreto Araujo, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, memakai data kualitatif yang terdiri dari data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi di lokasi penelitian dan komunikasi pribadi melalui wawancara kepada informan dengan formulir panduan wawancara. Data sekunder dikumpulkan melalui ikhtisar *desk research terhadap* jurnal-jurnal dan penelitian serupa sebelumnya juga *e-book* dan buku-buku terkait. Teknik analisis data yang digunakan berupa pengumpulan data, reduksi data, display data dan verifikasi data dan penegasan kesimpulan. Setiap tahap dalam proses-proses ini sekaligus dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menganalisis seluruh data kemudian diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Informasi yang maksimal, menurut (Sugiono, 2018) diperoleh dengan terlebih dahulu menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik penentuan informan *purpose sampling* adalah penentuan informan dengan suatu pertimbangan khusus.

Pertimbangannya adalah UMKM bidang kuliner tradisional khas yang memiliki ciri unik, berbahan dasar asli lokal, telah melakukan usaha kuliner tradisional di Kota Serang antara enam sampai sepuluh tahun dan telah memiliki rumah produksi untuk menerima kunjungan studi terkait pembuatan dan pengelolaan kewirausahaan produk kulinernya adalah Sate Bandeng Ratu, Sate Bandeng Bilvie, Sate Bandeng Maryam dan Sate Bandeng Ibu Aliyah.

Informan lain dari organisasi perangkat daerah. Organisasi perangkat daerah yang terlibat langsung dengan kepariwisataan dan pelaku jasa usaha pariwisata kuliner yaitu Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga yang diwakilkan oleh seorang

Kepala Bidang Pariwisata dan kepala seksi Pengembangan Destinasi Pariwisata dari Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang,

Budayawan lokal Kota Serang Abah Yadi serta Sekertaris Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia Kota Serang Lukmanul Hakim dari unsur komunitas terkait juga menjadi informan dalam penelitian ini. Destinasi wisata kuliner yang berhasil teridentifikasi dan menjadi sample saat penelitian ini dimulai adalah 22 destinasi wisata kuliner sajian tradisional yang ada di Kota Serang (Tabel 2) yang menyediakan kuliner khas Serang ataupun makanan tradisional lainnya.

Tabel 2. 22 Daya Tarik Wisata Kuliner Tradisional Kota Serang

NO	DAYA TARIK WISATA KULINER	LOKASI
1	RM. Pecak Bandeng "Luy"	Sawah Luhur
2	Angkringan Nasi Bakar Sumsum Mang Puri	Pasar Lama
3	RM. Sop Ikan Taktakan	Benggala, Drangong, Cipare
4	RM Bu Entin	Sempu
5	Rabeg H. Naswi	Magersari
6	RM. Ibu Haji Ciganea	Kemang
7	Tongseng Pak Min	Sumur Pecung
8	Sate Bandeng Ibu Mulyati	Karundang
9	Kampung Kontainer	Benggala
10	Saung Liwet Bancakan	Ciracas
11	RM. S. Rizki	Ciceri
12	RM. Belut Palima	Palima
13	Resto Frangipangi / Oregano	Bayangkara
14	RM. Damai	Cipare
15	RM. Sari Banten	Cipare

16	Ilham Jaya Seafood	Lopang
17	RM. Indra Seafood	Tembong
18	Bebek pak Endut	Cipocok
19	Sate Bandeng bu Aliyah	Lopang
20	Nasi Timbel Alam Sari	Penancangan
21	Sate Bandeng Bilvie	Kemang
22	Sate Sop Asmawi	Benggala

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Konsep Pariwisata Berkelanjutan, Pendekatan Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Pariwisata Kualitas

Konsep Pariwisata Berkelanjutan dengan pendekatan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kota Serang telah dimulai dengan dibentuknya Kampung Wisata, kemudian dikembangkannya ekonomi kreatif berbasiskan kearifan lokal dan kewirausahaan lokal seperti sate bandeng dan lain-lain meski dalam taraf yang masih sangat kecil dan masih banyak potensi yang belum tergali. Sejak 2016, di Kota Serang hingga penelitian ini dilakukan telah ada 11 Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai bentuk kelembagaan dari pariwisata berbasis masyarakat, dengan 5 Kampung Wisata dari 6 Kecamatan (Hasil wawancara dengan Toto Suharto dari Disparpora Kota Serang).

Keberadaan dua faktor ini akan lebih berkembang bila pengembangan tradisi pembuatan sate bandeng ini dilengkapi dengan 1 faktor lagi dari

konsep pariwisata berbasis masyarakat, yaitu masyarakat mandiri dengan bimbingan pemerintah dan stakeholders kepariwisataan melalui sebuah lembaga pariwisata kemasyarakatan misalnya Kelompok Sadar Wisata.

UMKM bersama masyarakat dalam Kelompok Sadar Wisata dapat membangun kawasan daya tarik wisata tematik seperti “kampung wisata Sate Bandeng”. Kampung Wisata Sate Bandeng akan lebih menggarisbawahi keberadaan dan keistimewaan, keunikan sate bandeng. Siapapun ke Serang bila ingin mendapatkan sate bandeng plus pengalaman tentang sate bandeng, maka datanglah ke Kampung Wisata Sate Bandeng.

Lokasi dapur produksi dan tempat atraksi dibuat sesuai kaedah *saptapesona*. Tidak perlu mewah namun bersih dan nyaman bagi pengunjung atau wisatawan untuk menikmati atraksi wisata gastronomi sate bandeng. Mereka mendapatkan pengalaman dari proses pembuatan sate bandeng. Menyimak penjelasan

mengenai kisah dan filosofi serta kandungan dari sate bandeng. Mereka pun akan terdorong untuk bersikap baik, tertib dan menjaga kebersihan. Tempat yang sejuk dan indah, membuat mereka betah dan nyaman. Mereka akan pulang dengan membawa kenangan baik.

Wisatawan akan selalu butuh makan di mana pun mereka berada. Namun Gastronomi menjadi kurang berarti bila wisatawan memutuskan untuk tidak menikmati makanan lokal dan lebih memilih *comfort food* yang tidak jauh dari makanan mereka sehari-hari. Sangat mungkin terjadi karena adanya globalisasi makanan, yang identik dengan menjamurnya merek makanan *fastfood*, seperti *McDonald*, *Kentucky Fried Chicken*, *Burger King*, dan lainnya yang mirip dengan makanan mereka. Jadi, bila nama-nama *fastfood* tersebut ada di destinasi, akan menjadi tantangan yang berat bagi makanan lokal untuk bersaing.

Pembinaan dan kerjasama yang baik antar pemangku kepentingan diperlukan untuk menghasilkan sebuah atraksi gastronomi yang menarik dan layak dikunjungi wisatawan. Agar masyarakat di sekitar destinasi ini mendapatkan pengaruh yang baik pula. Pariwisata yang berkualitas akan wujud.

Peran pemerintah dan seluruh *stakeholder's* kepariwisataan dalam hal ini ikut mendukung kegiatan dan pengembangannya.

Pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah melalui dinas terkait, ASITA, HPI dan PHRI bekerjasama menjual paket wisata dan membawa wisatawan untuk datang menikmati sate bandeng dan mendapatkan pengalaman mendalam, “seru” dan menarik dari proses pembuatan sate bandeng dan kisah dibalik sate bandeng.

Mengacu pada syarat sebuah pariwisata berkualitas, yang mengacu pada tiga dimensi. Dimensi kualitas pengalaman berwisata, kualitas SDM pariwisata yang melayani dan kualitas masyarakat di sekitar objek wisata, ketiga syarat ini akan dapat terpenuhi.

Pariwisata Perkotaan Berbasis Masyarakat

Sebagaimana konsep Pariwisata Berkelanjutan yang diterapkan, maka pariwisata di pusat kota Kota Serang adalah Pariwisata Perkotaan Berbasis Masyarakat. Pengembangannya adalah dengan peran dan partisipasi dari masyarakat kota dengan mengangkat potensi wisata yang ada. Kawasan pembuatan sate bandeng yang berada di kota dapat menjadi destinasi wisata alternatif di Kota Serang.

Kebanyakan orang mengunjungi kota untuk lebih dari satu alasan. Untuk berbisnis, belanja, atau mengunjungi keluarga, lalu sebagian dari mereka ada yang menyempatkan diri untuk mengunjungi museum atau galeri seni, menyaksikan pertunjukan suatu even dan lain-lain, maka potensi kuliner khas dari Kota Serang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik tambahan bagi mereka.

Potensi wisata kuliner sedang diupayakan bertambah nilai dan semakin menarik, kuliner dapat disandingkan dengan keberadaan fasilitas kota yang menjadi tujuan orang ke kota. Jadi kemanapun wisatawan datang untuk tujuan bisnis atau menjenguk keluarga dan lain-lain, mereka dapat menemukan kuliner khas kota Serang untuk dinikmati di tempat ataupun untuk dibawa sebagai oleh-oleh.

Tentu saja sangat mungkin dapat bersanding dengan wisata heritage perkotaan berbasis masyarakat yang sangat potensial di Kota Serang, sehingga wisata kuliner dapat makin berkembang menjadi wisata gastronomi. Misalnya sebuah pagelaran seni budaya yang diselenggarakan di sebuah gedung cagar budaya, menampilkan juga kuliner khas lengkap dengan keterangan terkait kuliner tersebut.

Penonton tidak saja menonton pagelaran, juga mendapatkan informasi terkait kuliner tradisional khas. Tentu ini dapat menjadi sebuah pengalaman menarik dan berkesan.

Gedung pertemuan ada lokasi dimana mereka rapat ada pojok oleh-oleh, di hotel mereka menginap, di rumah makan yang mereka makan siang atau makan malam, ataupun di bandara tempat mereka transit ada penjual oleh-oleh khas lengkap dengan sajian *story telling* serta penempatan poster-poster kuliner khas di tempat strategis seperti alun-alun atau taman kota. Hal-hal seperti ini sangat membantu orang luar Kota Serang untuk dapat mengenal kuliner khas Kota Serang. Makin sering ditunjukkan, dikampanyekan makin banyak orang akan kenal dan penasaran ingin mencicipi dan akan datang ke Kota Serang.

Kuliner Tradisional Sate Bandeng

Beberapa upaya pengenalan kuliner tradisional yang telah dilakukan oleh pemerintah Provinsi Banten diantaranya mengangkat tema sate bandeng dalam acara tahunan dinas pariwisata Provinsi Banten. Menu sate bandeng pada setiap perayaan HUT Taman Mini Indonesia Indah (TMII) dan even-even khusus seperti acara *Potlak IGA 2019* di Gedung Perpustakaan Nasional Jakarta.

Menurut observasi yang dilakukan di sekitar kawasan Pasar Lama, dan saat wawancara dengan budayawan Kota Serang (Abah Yadi), zaman dulu Sate Bandeng merupakan makanan bagi tamu kesultanan. Bahan dasarnya ikan bandeng, dibuat dengan cara dikeluarkan dagingnya tanpa merusak kulit dan kepala ikan, durinya dibuang, kemudian dagingnya ditempel kembali ke kulit utuh dan dipanggang di atas bara. Daging ikan yang sudah dilepaskan dari tulang dan durinya dibumbui terlebih dahulu.

Makanan olahan ikan bandeng ini pada dasarnya terasa agak manis dan gurih, namun sekarang sudah ada yang membuatnya dengan rasa pedas. Keunikan dari Sate Bandeng adalah sate yang merupakan makanan asli Indonesia biasanya adalah terbuat dari daging sapi/ kambing/ bebek/ ayam. Namun bahan sate ini berasal dari daging ikan bandeng. Cara membakarnya ada yang menggunakan bambu ada pula yang membungkusnya dengan daun pisang lalu dipanggang.

Originalitasnya dengan bahan baku asli lokal, yaitu Kota Serang yang merupakan daerah pesisir yang terdapat banyak tambak ikan bandeng, serta lada dan beberapa rempah lain seperti ketumbar dan lada berasal dari Serang dan kabupaen/Kota lain di

Banten. Bumbu untuk daging ikan bandeng yang telah dihaluskan dan dipisahkan dari tulang dan duri halusnnya yang akan dibuat menjadi sate bandeng diantaranya adalah garam, lada/merica, ketumbar, bawang merah goreng dan bawang putih goreng serta santan atau kelapa sangrai.

Bertahun-tahun sudah, sate bandeng menjadi oleh-oleh khas Serang. Biasanya penjual menggantung sate itu di depan warungnya, dan ada pula yang telah memakai kemasan lebih rapih dan bersih serta dalam kemasan frozen. “Biasanya kalau sate bandeng, selain membeli langsung ke masyarakat yang memproduksi, sate bandeng juga kerap dijual di toko oleh-oleh”, kata salah seorang warga. Rumah makan yang menyediakan sate bandeng langsung dengan nasi seperti biasanya makan sate, masih jarang.

Sate Bandeng H. Maryam termasuk sate bandeng tertua yaitu sudah ada sejak tahun 70-an. Sate Bandng ibu Aliyah pula sudah berdiri sejak 1989. Ibu Ratu Toety memproduksi Sate Bandeng sejak 2004. Resepnya merupakan resep turun temurun dari nenek dan ibunya. Saat ini telah mewariskan resep dan melatih anak-anaknya untuk membuat

sate bandeng. Sebuah upaya pelestarian resep keluarga.

Ibu Midah, adalah warga pendatang yang jeli melihat peluang usaha ini. Otodidak mempelajari bagaimana cara membuat sate bandeng yang menurutnya merupakan produk unggulan daerah dan memulai usahanya di tahun 2002. Ibu Midah memproduksi sate bandeng dengan mengikuti aturan ketahanan pangan dan rajin mengikuti pelatihan dari Dinas Perikanan Kelautan Kota Serang. Kini Ibu Midah telah mempunyai Rumah Produksi Sate Bandeng Bilvie dan olahan ikan bandeng lainnya seperti abon bandeng dan baso bandeng. Saat ini rumah produksinya telah menjadi tempat untuk orang lain datang studi banding dan belajar membuat sate bandeng. Secara tidak langsung Unsur wisata edukasi telah diterapkan di rumah produksinya. Dapur yang bersih, adalah tempat yang nyaman untuk menikmati atraksi proses pembuatan sate bandeng.

Beberapa kali rumah produksi Ibu Ratu Toety dijadikan tempat percontohan dan pelatihan pengolahan ikan sejak 2017. Saat Dinas Perikanan Kota Serang atau Provinsi Banten mengadakan pelatihan pengolahan kuliner berbahan dasar ikan, ibu Ratu menjadi pelatih dan dapur/ rumah produksinya menjadi tempat studi

banding. Begitu pula saat pelatihan yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan di 2018 selama 30 hari. Selain acara kedinasan, kunjungan belajar juga dari perguruan tinggi seperti STPDN Bandung, Universitas Lampung, Universitas Serang Raya dan sekolah-sekolah.

Rumah produksi Sate Bandeng Bilvie juga kerap dikunjungi untuk studi banding dan pelatihan. Namun sangat disayangkan mereka belum punya database pengunjung atau data kunjungan sehingga saat wawancara mereka hanya mengingat-mengingat bahwa mereka kerap dikunjungi wisatawan atau pengunjung untuk tujuan studi banding selain berbelanja.

“Yang saya ingat, tetangga protes karena jalanan jadi macet karena ada dua bus besar parkir di pinggir jalan.” Demikian ucap ibu Ratu saat dilakukan wawancara. Pelatihan yang sering diikuti ibu Midah dan ibu Ratu mendorongnya untuk membangun dapurnya menjadi rumah produksi sebagai persyaratan pengembangan usahanya.

Kunjungan lain adalah dari mahasiswa Perikanan Universitas Tirtayasa, SMK 6 Perikanan Kota Serang, ibu-ibu PKK atau UMKM dari kabupaten/ kota lain di Provinsi Banten. Sedangkan wisatawan yang ingin membeli langsung sebagai oleh-

oleh mendapat pengarah dan informasi tentang pembuatan sate bandeng.

Menurut ibu Midah, beberapa kali rombongan travel singgah, namun parkir busnya tidak memadai sehingga harus berjalan dulu karena lokasinya berdekatan dengan gerbang tol. Begitu pula dengan lokasi sate bandeng Ratu, Ibu Maryam dan Ibu Aliyah. Parkir di pinggir jalan kemudian berjalan kaki ke lokasi yang letaknya di dalam gang atau tidak dapat dilalui bus wisata.

Respon baik terhadap keberadaan kewirausahaan sate bandeng yang ditekuni ibu Midah dan lain-lain terlihat dari semakin berkembangnya teknis penjualan mereka. Diantaranya kemasan sate bandeng makin baik. Selain kemasan frozen, kedap udara, sate bandeng pun kini *go digital*.

Originalitas Sate Bandeng nampak dari keaslian bahan baku ikan bandeng. ikan bandeng berasal dari tambak-tambak ikan yang ada di sekitar Kota Serang. Tentu dengan tetap mempertahankan resep warisan keluarga dengan proses pembakaran menggunakan alat-alat tradisional, hal ini juga menggambarkan otentisitasnya selain tidak ditemukan makanan sejenis ini di tempat lain, meskipun mirip seperti makanan dari Bali dan Otak-otak Bandeng Semarang, namun

sate bandeng dari Kota Serang adalah khas punya Kota Serang dengan keunikannya tersendiri.

Menurut informasi dari sekretaris umum Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kota Serang, Hotel dan Penginapan seperti hotel LeDian, hotel Horison Ratu, hotel Purikayana dan lain-lain di Kota Serang kerap menyajikan sate bandeng sebagai menu utama dalam even khusus atau dalam pesanan khusus.

Wisata Gastronomi

Gastronomi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengandung edukasi dan perolehan pengalaman unik tentang sebuah makanan/ masakan. Misalnya proses pembuatan sate bandeng mulai dari proses persiapan hingga pengemasan sampai *story telling* tentang kisah atau sejarah atau filosofi dari sate bandeng.

Atraksi dibalik pembuatan kuliner itu seperti cara masak, cara mendapatkan bahan baku, keterangan kandungan gizi, sejarah, filosofi, adat istiadat yang melatarbelakangi penyajian, cara menyajikan dan lain-lain bila disampaikan dalam sebuah atraksi lengkap dengan story telling menarik tentang makanan itu, maka wisatawan bukan saja menikmati kelezatan yang khas tetapi juga mendapatkan pengalaman menarik

dan berkualitas dari proses pengadaan dan memasaknya.

Dukungan terhadap Kewirausahaan kuliner dan tradisi pembuatan sate bandeng merupakan upaya pelestarian warisan budaya dan pengembangan UMKM sekaligus pengembangan pariwisata perkotaan dengan wisata kuliner, wisata edukasi, dan wisata gastronomi sebagai daya tariknya di Kota Serang. Keterlibatan masyarakat lokal yang telah memahami proses dan cara pembuatan serta sejarah dan budaya yang melatarbelakanginya sangat diutamakan.

Hal yang perlu diperhatikan adalah tradisional tidak identik dengan *jelek* dan tidak rapi. Ketradisional akan menjadi sangat menarik bila disajikan dalam suasana yang *santapersona*. Yaitu kondisi tempat atraksi yang aman, tertib, bersih, indah, sejuk, para pelaku atraksi wisata gastronominya ramah sehingga wisatawan dan pengunjung akan pulang dengan kenangan yang tak terlupakan.

Keunikan sate bandeng dari adanya kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada sate bandeng, yaitu tidak seperti sate pada umumnya di Indonesia, daging yang dipotong-potong, dibumbui lalu dipanggang. Tidak tampak lagi bentuk

asal daging. Sementara sate bandeng bentuk ikannya masih utuh. Selain rasa original, ada juga rasa pedas dengan keunikan kemasan pembakarannya dengan khas rasa masing-masing dari setiap keluarga dengan tradisi menu yang mereka dapatkan turun temurun.

Bagi kebanyakan wisatawan, mereka lebih suka makan makanan *fastfood* yang biasa mereka makan di negara mereka, dan mereka akan merasa mempunyai jaminan yang jelas atas harga, dan kualitas pada nama-nama *fastfood* yang telah biasa mereka makan. Tidak ingin mengambil risiko terhadap makanan lokal yang belum mereka kenal sebelumnya.

Wisatawan harus mendapatkan informasi yang baik tentang makanan lokal. Makanan lokal harus dibuat dengan kebersihan standar tinggi, kemasan dengan presentasi yang menarik, dengan aktivitas dan cerita atraktif (*story telling* menarik) dan dipromosikan bersama atraksi lain untuk mendukung sebuah destinasi, menjadi sebuah kekuatan bagi gastronomi, sehingga mampu bersaing dengan makanan-makanan produk dari globalisasi.

Rumah makan atau sentra oleh-oleh selain dapat menyajikan atraksi pembuatan sate bandeng baiknya dipandu oleh seseorang yang bertugas sebagai *interpreter* untuk menceritakan

value sate bandeng dari kandungan gizi, sejarah dan filosofinya. Jadi bukan saja *what to eat* tapi ada atraksi gastronomi yang menjadi *what to see* dan *what to learn* bagi pengunjung.

Makanan tradisional, seperti kuliner lokal Sate Bandeng, merupakan jenis makanan tradisional yang berdaya tarik wisata. Daya tarik wisata pada Sate Bandeng adalah karena memiliki keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman. Baik dari bahan baku maupun cara pembuatan. Jadi, selain menikmati lezatnya sate bandeng, wisatawan dapat mendapatkan pengalaman membuat sate bandeng, mendapatkan informasi gizi, cerita legenda atau filosofi sate bandeng dan lain-lain. Informasi sate bandeng akan tersebar luas, dan keberadaan sate bandeng sebagai warisan budaya akan lestari.

Jika sate bandeng saja sudah sangat menarik untuk dinikmati dengan atraksi gastronominya maka tentu berlaku juga pada kuliner khas kota Serang lainnya yang merupakan daya tarik wisata kuliner dan potensi wisata gastronomi juga. Semakin banyak ragam kulinernya maka semakin banyak potensi gastronomi yang dapat dibangun dan kuliner khas dapat dilestarikan dan makin banyak yang dapat mengenalnya dan mendapat manfaat dari pengembangannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kuliner menjadi penting karena makanan adalah elemen vital yang dapat memperkuat *brand* suatu daerah, maka kewirausahaan kuliner akan menjadi penting juga karena dapat memperkuat keberadaan kuliner dan meningkatkan gastronomi daerah. Gastronomi akan menjadi penting karena gastronomi adalah salah satu cara agar kuliner lestari, dikenali dan mendorong kemajuan pariwisata kota sekaligus upaya melestarikan bahan bakunya, cara mencicipinya, cara menghidangkan, proses pembuatannya, unsur edukasi dan pengalaman, pemahaman sejarah, tradisi dan filosofi, serta gizi dan etika.

Kontribusi hasil penelitian ini terhadap ilmu pengetahuan, terutama ilmu pengetahuan pariwisata adalah bahwa kuliner tradisional yang dikembangkan dengan sentuhan pariwisata akan menjadi atraksi wisata gastronomi yang menyuguhkan pengalaman yang lebih dalam dan berkualitas kepada wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Y. (2011). *Pariwisata Perkotaan: Teori & Konsep*. <http://tentangpariwisata.blogspot.com/2011/01/pariwisata-perkotaan-teori-dan-konsep.html>
- Anne-Mette Hjalager. (2002). *Tourism and Gastronomy*. Taylor & Francis Ltd.

- Arifin, S., & Muslim, M. (2020). Tantangan Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar, Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi Islam Swasta Di Indonesia. *Al-Ilmi: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1).
- Barreto Araujo, E. (2016). Pengembangan Kuliner Lokal sebagai Daya Tarik Wisata di Dili, Timor Leste. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2016.v03.i01.p02>
- Damanik, J. dan H. F. W. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. CV Andi Offset.
- Eni Harmayani, Umar Santoso, M. G. (2017). *Makanan Tradisional Indonesia Seri 1: Kelompok Makanan Fermentasi dan Makanan yang Populer di Masyarakat*. UGM Press.
- Jamilah, N., Chan, A., & Arifianti, R. (2020). Potensi Pengembangan Desa Mekarwangi sebagai Agrowisata Pandanwangi dalam Upaya Meningkatkan Potensi UKM Melalui Pemberdayaan Masyarakat. *AdBispreneur*. <https://doi.org/10.24198/adbispren eur.v4i3.20135>
- Mila. (2017). *Peran Penting Gastronomi Untuk Pariwisata Indonesia*. <https://www.airmagz.com/8971/peran-penting-gastronomi-untuk-pariwisata-indonesia.html>
- Nofawaty, Novi, Yulia Hamdani Putri, Y. (2015). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi terhadap Penentu Keputusan Pembelian Pempek di Kota Palembang. *Sriwijaya Economics & Business Conference*, 86–94.
- Nurwitasari. (2015). Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Bandung. *Barista*, 2 (1), 92–102.
- Pitana, I Gde & Surya Diarta, I. K. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi.
- Prasiasa, D. P. O. (2013). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pujaastawa, I. B. G. dkk. (2005). *Pariwisata Terpadu Alternatif Model Pengembangan Pariwisata Bali Tengah*. Universitas Udayana.
- Rahma, N., Susilowati, I., & Purwanti, E. Y. (2017). Minat Wisatawan terhadap Makanan Lokal Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(1), 53–76. <https://doi.org/10.21002/jepi.v18i1.752>
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2497>
- Technavio. (2019). *Global Culinary Tourism Market 2019-2023 | Growing Popularity of Sustainable and Organic Culinary Tourism to Boost Growth | Technavio*. Businesswire. <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-Culinary-Tourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity>
- Titing Kartika, Khoirul Fajri, R. K. (2017). Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Kota

- Cimahi. *Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi*, 14(2), 35–46. <https://doi.org/10.17509/jurel.v14i2.9102>
- Turgarini, D., & Abdillah, F. (2017). Introducing Aceh Tradisional Culinary as Attractions. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2(1), 287. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v2i1.65>
- UNWTO. (2018). 'Overtourism'? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>.
- Wurianto, A. B. (2008). Aspek Budaya pada Tradisi Kuliner Tradisional di Kota Malang sebagai Identitas Sosial Budaya (Sebuah Tinjauan Folklore). In *Laporan Penelitian*.