

# **PERAN KULINER DALAM MENINGKATKAN CITRA DESTINASI PARIWISATA TAMAN NASIONAL BROMO TENGGER SEMERU**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**AUZAN TAWADLU AKBAR**  
**NIM. 135030800111011**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**  
**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**  
**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**  
**PROGRAM STUDI PARIWISATA**  
**MALANG**  
**2017**

## **MOTTO**

*”Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan akhirat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu”. (HR. Turmudzi)*

*“Bersungguh-sungguhlah, jangan bermalas-malasan dan jangan pula lengah, karena penyesalan itu resiko bagi orang yang bermalas-malasan”. (Mahfudzot)*

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata  
Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

Disusun oleh : Auzan Tawadlu Akbar

NIM : 135030800111011

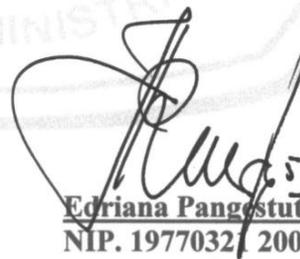
Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Pariwisata

Konsentrasi/Minat : Destinasi

Malang, 15 Juni 2017

Komisi Pembimbing



Edriana Pangestu, SE., M.Si, DBA  
NIP. 1977032/200312 2 001

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu  
Administrasi Universitas Brawijaya pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 28 Juli 2017  
Jam : 09.30-11.00 WIB  
Skripsi atas nama : Auzan Tawadlu Akbar  
Judul : Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi  
Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

Dan dinyatakan **LULUS**

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Edriana Pangestuti, S.E., M.Si, DBA  
NIP. 19770321 200312 2 001

Anggota



Ari Irawan, SE., MM.  
NIP. 2013048212311001

Anggota



Lusy Deasyana R D, SAB., MAB  
NIP. 2013098612152001

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No.20 Tahun 2003 Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 19 Juni 2017



Nama : Auzan Tawadlu Akbar

NIM : 135030800111011

## RINGKASAN

Auzan Tawadlu Akbar, 2017, **Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru** Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA

Kuliner merupakan rangkaian produk pariwisata yang terkait satu sama lain. Pada tahun 2014 persentase pengeluaran wisatawan cukup banyak pada kuliner, berada di posisi kedua setelah angkutan. Kemenpar memiliki program percepatan pembangunan kuliner untuk mendatangkan wisatawan ke Indonesia. Destinasi pariwisata yang memiliki kuliner khas dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah salah satu destinasi pariwisata yang memiliki kuliner sebagai komponen pariwisata. Kemenpar telah menetapkan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagai salah satu dari 10 Prioritas Utama Destinasi Nasional. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru perlu memiliki citra yang baik supaya terlihat berbeda di benak wisatawan dengan destinasi pariwisata lainnya. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dapat menggunakan kuliner untuk meningkatkan citranya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif dengan 3 (tiga) rumusan masalah, yaitu (1) bagaimana persepsi wisatawan terhadap kuliner yang disajikan di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru? (2) apa saja faktor pendukung dan penghambat yang terdapat pada kuliner di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru? (3) bagaimana peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru? Sumber data diperoleh dengan mewawancarai informan, melakukan observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menemukan bahwa (1) persepsi wisatawan terhadap kuliner yang disajikan berbeda. Perbedaan persepsi tersebut disebabkan dari pengalaman wisatawan yang pertama dan kedua berbeda walaupun dengan situasi dan lingkungan yang sama saat menikmati makanan. (2) Faktor pendukung peningkatan citra adalah cita rasa dari makanan, penggunaan bahan baku yang masih segar, pemandangan alam yang indah, dan perizinan untuk membuka usaha. Faktor penghambat tersebut adalah sumber daya manusia yang belum berkualitas, penetapan harga, kesehatan dan kebersihan makanan, proses pengolahan makanan yang lama, dan penyediaan air yang terbatas. (3) Secara umum dari menu yang disediakan dan tempat untuk menyajikan kuliner, bahwa peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru belum berkontribusi maksimal.

Berdasarkan uraian, peneliti memberi rekomendasi yaitu kepada pengelola destinasi, penyedia kuliner, biro perjalanan, dan wisatawan

Kata Kunci: Citra, Kuliner, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

## ABSTRACT

Auzan Tawadlu Akbar, 2017, **The Culinary's Role in Improving The Image of Bromo Tengger Semeru National Park Tourism Destination** Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA

Culinary is a range of tourism products which related each other. In 2014, the percentage of tourist expenditure is adequate a lot in culinary, precisely below the transportation. The Ministry of Tourism has a culinary development acceleration program in incuring tourists to Indonesia. The special culinary of tourism destination is motivating the tourist enthusiasm. Bromo Tengger Semeru National Park is one of tourism destination has a culinary as a tourism component. The Ministry of Tourism has set up Bromo Tengger Semeru National Park as one of 10 Main Priorities of National Destination. Bromo Tengger Semeru National Park requires a good image in order to be different with the others in tourist's viewpoint. Bromo Tengger Semeru National Park obtains to use the culinary in improving the image itself.

This study uses descriptive qualitative method within 3 problems of the study, namely (1) how is the tourists' perception towards the culinary in Bromo Tengger National Park? (2) what are the supporting and retarding factors in the culinary of Bromo Tengger Semeru National Park? (3) how is the culinary's role in improving the image of Bromo Tengger Semeru National Park? The source of the data are obtained by interview the informants, observation, and documentation. The analysis of the data uses 4 stages, namely data collection, data reduction, data presentation, and conclusion.

The results of the study reveal that: (1) the tourists' perception towards the culinary is different. The distinction comes up from the first and the second tourist though they were in the same situation and location. (2) The supporting factors in improving the image of the culinary are the taste of food, the fresh ingredients, the beautiful scenery, and the permission to do business, especially in culinary. The retarding factors are low qualified human resource, pricing, less healthy and less hygiene food, long food processing, and limited water supply. (3) Generally, from the provided menu and the place to serve the culinary indicate that the culinary's role in improving the image of Bromo Tengger Semeru Tourism Destination is not significant yet.

Related to the description above, the researcher offers a recommendation to the superintendent of the destination, the culinary providers, travel agents, and tourists.

Keywords: image, culinary, Bromo Tengger Semeru National Park

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas berkat, rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk menempuh ujian skripsi sehingga peneliti dapat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pihak yang membantu baik secara moril, materil, masukan, diskusi, serta saran dalam rangka menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Ibu Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Yusri Abdillah, S.Sos, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

4. Bapak Dr. Ari Darmawan, SAB, MAB selaku Sekretaris Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. Ibu Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan bentuk kasih sayang berupa motivasi, perhatian dan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Administrasi yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan terkait kepariwisataan dan bisnis.
7. Seluruh karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang sudah membantu kebutuhan mahasiswa selama masa perkuliahan.
8. Ibu Ika Kusumawardani selaku pegawai Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang telah bersedia membantu peneliti dalam menerbitkan surat izin penelitian.
9. Bapak Subur selaku Kepala Resort Tengger Laut Pasir yang telah bersedia narasumber.
10. Bapak Joko selaku pemilik Biro Perjalanan Anggada Indonesia yang telah bersedia narasumber.
11. Ibu Is, Bapak Ji dan Bapak Yon selaku pengelola usaha jasa makanan dan minuman yang telah bersedia narasumber.
12. Wisatawan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang telah bersedia narasumber.

13. Kedua orang tua tersayang dan kakak tercinta serta keluarga besar Parto Salam dan Markaban yang tidak pernah berhenti dalam mendukung dan mendoakan putranya dalam penyusunan skripsi ini.
14. Teman-teman Pariwisata angkatan 2013 yang selama empat tahun ini memberikan motivasi, kenangan, dan canda tawa selama perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi keluarga baru.
15. Adik-adik Pariwisata angkatan 2015 yang selama ini memberikan motivasi dan dukungannya selama proses penyusunan skripsi ini.
16. Teman-teman MAN 3 Malang yang selama ini memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
17. Terima kasih kepada semua pihak yang mendukung dan memberikan motivasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Demikian laporan skripsi ini penulis buat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kesempurnaan laporan skripsi. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Malang, Juni 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO</b> .....	<b>ii</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Teori Pariwisata .....	21
1. Definisi Pariwisata .....	21
2. Wisatawan.....	22
3. Destinasi Pariwisata .....	24
4. Komponen Pariwisata.....	27
C. Teori Kuliner .....	28
D. Teori Pemasaran .....	31
E. Teori Citra Destinasi .....	33
1. Citra Destinasi.....	33
2. Pembentukan Citra Destinasi .....	34
3. Pengaruh Citra Destinasi .....	35

F. Teori Persepsi .....	36
1. Pengertian Persepsi .....	36
2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	36
3. Proses Persepsi.....	38
G. Kerangka Pemikiran.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Fokus Penelitian .....	41
C. Lokasi dan Situs Penelitian .....	41
D. Sumber Data .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Instrumen Penelitian .....	46
G. Analisis Data .....	47
H. Keabsahan Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.....	50
a. Sejarah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	50
b. Visi dan Misi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.....	51
c. Kondisi Umum Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	52
d. Kondisi Fisik Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.....	52
e. Peta Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	54
2. Gambaran Situs Penelitian.....	55
B. Penyajian Data.....	57
1. Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner yang Disajikan di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	58
2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Terdapat pada Kuliner di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	61
a. Faktor Pendukung .....	61
b. Faktor Penghambat .....	69
3. Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.....	81

C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
1. Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner yang Disajikan di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	85
2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Terdapat pada Kuliner di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	89
a. Faktor Pendukung .....	89
b. Faktor Penghambat .....	95
3. Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	104
 <b>BAB V PENUTUP</b> .....	108
A. Kesimpulan.....	108
1. Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner yang Disajikan di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	108
2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Terdapat pada Kuliner di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	109
a. Faktor Pendukung .....	109
b. Faktor Penghambat .....	109
3. Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	110
B. Saran .....	111
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	115
<b>LAMPIRAN</b> .....	121

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	18

## DAFTAR GAMBAR

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Diagram Alokasi Pengeluaran Wisatawan di Indonesia .....	2
Gambar 1.2	Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2012-2015 .....	7
Gambar 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi .....	37
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 3.1	Tahap-tahap Analisis Data Model Interaktif .....	47
Gambar 4.1	Peta Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru .....	54
Gambar 4.2	Pemandangan Gunung Bromo dan Gunung Batok .....	56
Gambar 4.3	Menikmati Semangkuk Bakso dengan Suasana yang Dingin.....	59
Gambar 4.4	Cara Penyajian Makanan di Gunung Bromo .....	61
Gambar 4.5	Wisatawan Mancanegara Membeli Sate .....	63
Gambar 4.6	Kuliner yang Disajikan oleh Pemilik Homestay .....	64
Gambar 4.7	Wisatawan Mengunggah Foto Kuliner di Media Sosial .....	67
Gambar 4.8	Keberadaan Warung yang Diperbolehkan di Parkiran Mobil.....	68
Gambar 4.9	Bertani Menjadi Pekerjaan Utama Masyarakat di Sekitar Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.....	72
Gambar 4.10	Aktivitas Memasak Sekaligus Merangkap Sebagai Pelayan .....	73
Gambar 4.11	Pemandangan dari Dalam Warung, Debu yang Berterbangan Dapat Mengotori Makanan dan Warung.....	76
Gambar 4.12	Sampah Hasil dari Warung yang Beroperasi Dibuang Begitu Saja ....	78
Gambar 4.13	Jagung Putih yang Sudah Dipipil Siap Untuk Direndam.....	79
Gambar 4.14	Warung Representatif yang Berada di Kawasan Cemorolawang .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Pedoman Wawancara.....	121
Lampiran 2	Transkrip Wawancara .....	124
Lampiran 3	Dokumentasi Penelitian .....	142
Lampiran 4	Daftar Riwayat Hidup.....	143

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

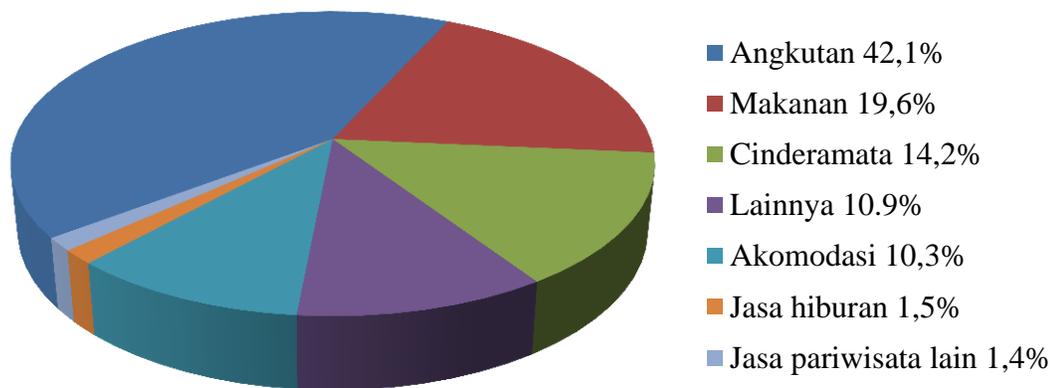
### **A. Latar Belakang**

Pariwisata adalah sebuah industri yang di dalamnya terdapat kegiatan produksi menghasilkan nilai tambah dan produknya bersifat kasat mata (Sunaryo, 2013:33). Produk pariwisata merupakan susunan yang terdiri dari bermacam-macam unsur yang saling terkait satu sama lain. Kuliner merupakan salah satu produk pariwisata dari serangkaian komponen tersebut (Sammeng, 2001:27). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa salah satu dari 13 usaha pariwisata adalah jasa makanan dan minuman. Menurut Cooper et al dalam Prasiasa (2013:52) pariwisata memiliki komponen utama yang disebut 4A yaitu *attraction* atau atraksi wisata, *accessibility* atau aksesibilitas merupakan infrastruktur seperti jalan raya, *amenity* yang didalamnya termasuk fasilitas seperti makan dan minum, dan *ancillary* berkaitan dengan organisasi yang mengurus lembaga pariwisata.

Dilihat dari keempat komponen tersebut pengeluaran wisatawan cukup banyak terdapat pada *amenity* yang berkaitan dengan fasilitas yaitu makan dan minum. Pernyataan ini didukung oleh Master Card-Crescent Rating Muslim Shopping Travel Index bahwa pada tahun 2014 total pengeluaran wisatawan di Asia Pasifik sebesar US\$62 miliar, dengan rincian US\$36 miliar untuk belanja dan US\$26 miliar untuk

makan (Purnama, 2015). Bagi wisatawan mencoba makanan baru di suatu destinasi pariwisata adalah sebuah pengalaman baru dalam kegiatan berpergiannya (Boyne et al., 2002).

Di Indonesia secara umum urutan pengeluaran makanan wisatawan berada di urutan kedua setelah angkutan. Hal tersebut dapat dilihat dalam Gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1: Diagram Alokasi Pengeluaran Wisatawan di Indonesia  
*Sumber: Kementerian Pariwisata, 2014*

Data tersebut diambil dari keseluruhan provinsi yang ada di Indonesia dari bulan Desember 2013 sampai Mei 2014. Gambar 1.1 menjelaskan bahwa persentase konsumsi makanan cukup tinggi bagi wisatawan. Pengeluaran makanan berada pada urutan kedua setelah angkutan dengan persentase 19,6% dari jumlah pengeluaran wisatawan. Angkutan berada paling atas dengan persentase 42,1%. Selanjutnya yaitu cinderamata sebesar 14,2%, lainnya sebesar 10,9%, akomodasi 10,3%, jasa hiburan

1,5%, dan jasa pariwisata lain sebesar 1,4% dari jumlah pengeluaran wisatawan. Menghadapi hal tersebut, penyedia kuliner harus meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya untuk memuaskan wisatawan yang datang menikmatinya.

Kuliner pada pariwisata berdampak positif dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Kemenpar dalam *Antaraneews* (2014) mencatat kuliner berkontribusi menambah nilai bruto sebesar Rp 208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,5 persen dari tahun 2012-2013. Sektor kuliner juga menyerap tenaga kerja sebesar 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,26 persen. Unit usaha yang tercipta dari sektor kuliner tercatat sebesar 3 juta dengan rata-rata pertumbuhan 0,9 persen.

Kuliner telah memanfaatkan internet untuk menyajikan informasi tentang tempat, rasa, penyajian dan harga dalam bidang teknologi informasi (Ariwardhani, 2014). Internet dan media sosial yang mudah diakses menjadi salah satu faktor berkembangnya pemasaran kuliner. Akun instagram seperti *@malangfoodies* mendorong wisatawan untuk berbagi pengalaman menikmati kuliner. Selain media sosial, dapat dilihat dari stasiun televisi swasta yang mengemas program acara kuliner dengan menambahkan unsur budaya dan pariwisata di dalamnya. Contohnya adalah program acara *Rahasia Dapur Nenek* yang menayangkan proses pembuatan kuliner dengan latar belakang pemandangan alam pegunungan dan pantai. Pemandangan tersebut merupakan daya tarik dari suatu destinasi pariwisata.

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata membuat program untuk mempercepat pengembangan wisata kuliner Indonesia. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan cara mengadakan *event* kuliner, seperti Wonderful Indonesia Culinary and Shopping Festival di 14 kota di Indonesia pada tanggal 27 September sampai 27 Oktober 2016. Indonesia yang kaya akan ragam kuliner diharap bisa menimbulkan citra positif dan menarik lebih banyak turis datang ke Indonesia sehingga target wisatawan mancanegara menjadi 20 juta wisatawan pada tahun 2019 dapat tercapai (Yustiana, 2016).

Peningkatan citra memerlukan adanya strategi pemasaran yang baik dari kuliner yang akan diunggulkan. Menurut Avcikrut dalam Coban (2012) citra destinasi adalah keyakinan, pandangan dan kesan wisatawan terhadap suatu tempat. Destinasi yang memiliki kuliner khas dapat mempengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut (Corigliano dalam Karim 2006:4). Kuliner diakui sebagai alat promosi dan pembentuk citra destinasi yang efektif (Hjalager dan Richards, 2002). Sebagai citra sebuah destinasi pariwisata, mutu dan keamanan serta kesehatan kuliner merupakan faktor yang sangat diperhatikan (Aryanta, 1992).

Salah satu destinasi pariwisata yang memiliki kuliner sebagai salah satu komponen pariwisata adalah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Kementerian Pariwisata telah menetapkan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagai salah satu dari 10 Prioritas Utama Destinasi Nasional, selain Danau Toba Sumatera Utara, Tanjung Kelayang Bangka Belitung, Tanjung Lesung Banten, Kepulauan Seribu

Jakarta, Borobudur Jawa Tengah, Mandalika Nusa Tenggara Barat, Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur, Wakatobi Sulawesi Utara dan Morotai Maluku Utara. Penetapan 10 destinasi pariwisata prioritas ini merupakan amanat Presiden, melalui surat Sekretariat Kabinet Nomor B 652/Seskab/Maritim/2015 tanggal 6 November 2015 perihal Arahan Presiden Republik Indonesia mengenai Pariwisata dan Arahan Presiden pada Sidang Kabinet Awal Tahun pada tanggal 4 Januari 2016 (Kementerian Pariwisata, 2016).

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) diambil dari nama 2 (dua) buah gunung api aktif yaitu Gunung Semeru dan Gunung Bromo. Nama Tengger mencerminkan nama tempat dan budaya masyarakat. TNBTS merupakan kawasan konservasi yang mempunyai daya tarik tinggi sebagai objek wisata. TNBTS memiliki potensi objek wisata yang dikelompokkan menjadi wisata alam dan wisata budaya. Objek wisata yang selama ini menjadi daya tarik utama di kawasan TNBTS adalah fenomena alam yang unik di Gunung Bromo dengan laut pasir yang mengelilinginya (Sarmin, 2014).

Menurut hasil pra penelitian, Resort Gunung Penanjakan dan Resort Tengger Laut Pasir adalah titik berkumpul wisatawan. Kedua resort tersebut merupakan tempat kegiatan kepariwisataan untuk menikmati indahnya panorama alam Gunung Bromo. Gunung Bromo adalah bagian dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, merupakan objek wisata alam terindah di Provinsi Jawa Timur (Suryamalang, 2015).

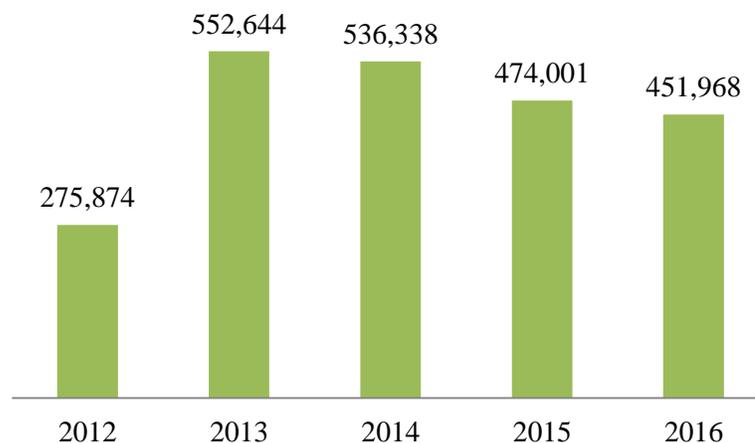
Menikmati proses matahari terbit di kawasan TNBTS sangat mempesona, latar depan Gunung Semeru yang mengeluarkan asap dan matahari bersinar terang naik ke langit dengan perlahan (Kementrian Pariwisata, 2017). Pemandangan alam yang indah dipadu kearifan lokal penduduk lokal, menurut Pegg (2012) Gunung Bromo masuk dalam 4 (empat) *best sunrise* di dunia. Menurut hasil pra penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, selain menyaksikan terbitnya matahari, atraksi wisata lain yang dapat dilakukan oleh wisatawan di kawasan TNBTS adalah menunggang kuda, mendaki puncak Gunung Bromo, mengunjungi Pura Agung Poten, Lautan Pasir, Bukit Padang Savana serta menikmati kuliner yang ada di kawasan TNBTS.

Hasil pra penelitian yang telah peneliti lakukan, bahwa setelah wisatawan menikmati matahari terbit di Resort Gunung Penanjakan, mereka akan mengunjungi Resort Tengger Laut Pasir. Wisatawan melakukan kegiatan wisata seperti mendaki ke puncak Gunung Bromo dan berkuda. Setelah itu wisatawan dapat menikmati pilihan menu yang disajikan pengelola usaha jasa makanan dan minuman seperti kentang rebus, sate, nasi rawon, dan nasi aron. Nasi aron adalah makanan tradisional Suku Tengger berupa hidangan nasi yang terbuat dari jagung putih dengan lauk tempe, tahu, ikan, kentang, sayur daun ranti serta pelengkap sambal terasi.

Pesona Gunung Bromo yang sudah terkenal hingga mancanegara telah terbukti memikat wisatawan datang untuk menikmatinya. Jumlah wisatawan secara signifikan menaikkan penerimaan pendapatan negara bukan pajak (PNBP) melalui tiket retribusi masuk kawasan TNBTS. Manfaat dari pariwisata juga berdampak kepada

masyarakat. Hal tersebut dikarenakan pengeluaran wisatawan terbagi ke dalam 3 (tiga) usaha dan jasa pariwisata yang dikelola oleh masyarakat. Usaha makan dan minum rata-rata pendapatan per tahunnya berada diangka yang tertinggi yaitu sebesar Rp 43.761.600,00. Usaha penyewaan kuda rata-rata pendapatan per tahunnya sebesar Rp 36.270.000,00. Usaha penyewaan jeep rata-rata pendapatan per tahunnya sebesar Rp 23.977.674,00 (Laporan Praktik Mahasiswa Fakultas Kehutanan dalam Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, 2014)

Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru mencatat dalam 5 (lima) tahun terakhir jumlah wisatawan yang mengunjungi TNBTS dalam grafiknya mengalami peningkatan dari tahun 2012 ke tahun 2013. Tiga tahun berikutnya mengalami penurunan yakni pada tahun 2014, 2015 dan 2016. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik jumlah kunjungan wisatawan ke TNBTS di bawah ini:



Gambar 1.2: Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2012-2016  
*Sumber: Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, 2016*

Tahun 2016 jumlah wisatawan yang mengunjungi TNBTS mengalami penurunan sebanyak 22.033 wisatawan. Hal tersebut dikarenakan adanya peningkatan aktivitas vulkanik Gunung Bromo. Menurut hasil pra penelitian dengan wawancara kepada salah satu biro perjalanan di Kota Malang, minat berkunjung wisatawan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru pada tahun 2016 mengalami penurunan karena kurang puas jika hanya sampai di Resort Gunung Penanjakan (Akbar, 2017). Diharapkan setelah erupsi, kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dapat berkelanjutan dan dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung menikmati keindahan alamnya juga untuk menikmati kulinernya.

Pemerintah, pengelola destinasi, masyarakat, biro perjalanan dan *stakeholder* lain dapat berkontribusi dalam kegiatan pariwisata untuk meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang telah ditetapkan sebagai 10 destinasi pariwisata prioritas. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru perlu memiliki citra positif agar dapat bersaing dengan destinasi pariwisata lainnya. Pencitraan sebuah destinasi adalah bagian dari *positioning* untuk membantu wisatawan dalam mengetahui perbedaan antara suatu destinasi dengan destinasi pesaingnya (Sunaryo, 2013:174). Menurut Riley dalam Karim (2006:3) sebuah destinasi pariwisata dapat menggunakan kuliner untuk meningkatkan citranya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap kuliner yang disajikan di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang terdapat pada kuliner di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
3. Bagaimana peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai setelah peneliti menyusun latar belakang dan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis persepsi wisatawan terhadap kuliner yang disajikan di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
2. Menganalisis faktor pendukung dan penghambat yang terdapat pada kuliner di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
3. Menganalisis peran kuliner lokal dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

#### **D. Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi pengelola destinasi, pemerintah setempat, pemilik biro perjalanan, wisatawan, *stakeholder* dan pembaca lainnya. Manfaat penelitian peran kuliner lokal dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang dirumuskan setelah peneliti menulis latar belakang dan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritik

- a. Menambah bahan tinjauan pustaka pada penelitian di bidang kuliner dan citra destinasi pariwisata karena selama ini masih jarang penelitian terkait kuliner yang berdampak pada pariwisata.
- b. Sebagai referensi dan bahan kajian pada penelitian di bidang sejenis yaitu pada bidang kuliner dan pada bidang citra destinasi pariwisata di masa yang akan datang.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Menambah pengetahuan bagi pembaca tentang peran kuliner dalam meningkatkan citra yang ada pada destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- b. Sebagai bahan kajian lanjutan usaha jasa pariwisata dan *stakeholder* yang lainnya untuk meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan disusun untuk memudahkan peneliti dalam menyusun penulisan penelitian ini dan membantu pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, susunan sistematika pembahasan sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab pertama ini peneliti menjelaskan latar belakang dari judul penelitian Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Dari latar belakang tersebut disusun rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan ditutup dengan sistematika pembahasan.

### **BAB II           KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini peneliti menulis penelitian sebelumnya yang berfokus pada peran kuliner dan citra destinasi. Peneliti juga menulis teori dari beberapa pakar yang menjadi landasan teori penelitian ini seperti teori tentang pariwisata, pemasaran, persepsi, citra destinasi dan kuliner.

### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti merumuskan metode penelitian secara sistematis dan urut mulai dari menjelaskan metode yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitatif deskriptif sampai dengan menguji keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menyajikan data hasil penelitian berupa gambaran umum lokasi dan situs penelitian. Peneliti selanjutnya menyajikan data penelitian berupa hasil wawancara dan pembahasan penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti merumuskan kesimpulan sebagai simpulan dari hasil penelitian dan peneliti merumuskan saran kepada pengelola destinasi, pengelola usaha jasa makanan dan minuman, pengelola biro perjalanan dan wisatawan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Peneliti memilih penelitian terdahulu berdasarkan penelitian pada bidang kuliner dan citra destinasi pariwisata. Persamaan penelitian terletak pada objek yang diteliti yaitu kuliner dan citra destinasi. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi, situs, objek penelitian yang diteliti, dan metode penelitian. Peneliti mengambil penelitian asing untuk mendapatkan referensi dan informasi lebih banyak tentang pemahaman peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS)

1. (Rand et al., 2008): Peran Kuliner Lokal dan Regional dalam Pemasaran Destinasi Pariwisata Studi Kasus Kepariwisata di Afrika Selatan.

Analisis kualitatif pada teori pariwisata dan pemasaran menunjukkan bahwa peran makanan dalam pemasaran destinasi sampai saat ini menerima sedikit perhatian. Indikasinya adalah bahwa makanan lokal memiliki potensi untuk meningkatkan keberlanjutan di bidang pariwisata; berkontribusi keaslian destinasi; memperkuat ekonomi lokal; dan menyediakan infrastruktur yang ramah lingkungan. Penelitian ini menyoroti pemanfaatan makanan lokal sebagai daya tarik utama atau mendukung oleh organisasi pemasaran destinasi di Afrika Selatan. Pedoman untuk

pengembangan ke masa yang akan datang, kemasan dan pemasaran makanan lokal. Perbedaannya adalah pada lokasi penelitian antara Afrika Selatan dengan kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

2. (Sims, 2008): Makanan, Tempat dan Keaslian Kuliner Lokal dan Pengalaman Parwisata Berkelanjutan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian dari dua daerah UK yaitu Lake District dan Exmoor, untuk menyatakan bahwa makanan lokal dapat memainkan peran penting dalam pengalaman pariwisata berkelanjutan karena menarik bagi keinginan pengunjung untuk keaslian dalam pengalaman liburan mereka. Makanan tradisional memiliki bentuk dan cita rasa yang unik di mata wisatawan. Menggunakan deskriptif dengan wawancara kualitatif dengan wisatawan dan produsen makanan, didapatkan hasil bahwa makanan lokal dijadikan sebagai produk asli yang melambangkan tempat dan budaya tujuan. Penelitian ini teerlibat dengan diskusi seputar makna lokalitas, keaslian, dan pemahaman yang ada pada konsep-konsep ini. Penelitian ini menawarkan cara baru untuk penelitian pariwisata di masa yang akan datang dengan alasan bahwa makanan lokal memiliki potensi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menghubungkan wisatawan pada destinasi yang kaya akan budaya. Perbedaannya yaitu lokasi penelitian berbeda antara Lake District dan Exmoor dengan kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Tujuan penelitian yang berbeda antara meningkatkan citra destinasi pariwisata dengan pengalaman saat melakukan aktivitas pariwisata berkelanjutan. Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

3. (Kartika, 2015): Studi Citra Destinasi dan Sumber Informasi Kuliner Survey Pengunjung Kuliner di Yogyakarta.

Kegiatan makan di luar rumah bersama teman dan keluarga merupakan suatu kebiasaan baru bagi masyarakat Indonesia. Hal ini juga didukung oleh fenomena ekonomi pengalaman, perkembangan industri pariwisata dan kuliner. Penelitian ini mempelajari hubungan citra destinasi dan sumber informasi terhadap niat kunjungan pengunjung kuliner. Selain itu, dilakukan analisis moderasi sosial demografi seperti usia, *gender*, pendapatan, dan pendidikan. Survey penelitian ini dilakukan kepada pengunjung kuliner Yogyakarta. Uji validitas dilakukan menggunakan CFA (*Confirmmatory Factor Analysis*). Analisis data dibagi menjadi empat tahapan yaitu deskripsi, identifikasi, regresi linear berganda, dan moderasi. Pengkodean dan analisis data menggunakan *The Statisical Package for Social Science* (SPSS) 13.0. Citra destinasi dan sumber informasi memberikan pengaruh yang signifikan pada niat kunjungan pengunjung kuliner di Yogyakarta. Usia dan pendapatan secara signifikan memoderasi pengaruh citra destinasi pada niat kunjungan pengunjung kuliner. Usia dan pendapatan juga secara signifikan memoderasi pengaruh sumber informasi pada niat kunjungan pengunjung kuliner. Temuan menarik penelitian ini adalah citra yang unik dari suatu tempat kuliner diindikasikan dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk mengunjungi tempat kuliner. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian berbeda antara Yogyakarta dengan kawasan TNBTS. Objek yang diteliti berbeda antara pengunjung kuliner dan kuliner. Metode penelitian yang digunakan berbeda antara *mix method* dan kualitatif.

4. (Agusetyaningrum, 2016): Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis kuliner merupakan suatu sektor usaha yang paling mendominasi di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah berbasis kuliner, strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah berbasis kuliner serta persepsi wisatawan terhadap produk yang dihasilkan oleh Usaha Kecil dan Menengah berbasis kuliner di Kota Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pengembangan UKM berbasis kuliner yaitu permodalan, bahan baku, peralatan, sumber daya manusia dan lahan tempat. Sementara faktor pendukung dalam penelitian ini yaitu perijinan, pelatihan, pemasaran dan paguyuban. Kedua, strategi pengembangan UKM berbasis kuliner yaitu pelatihan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan dan promosi. Ketiga, persepsi wisatawan terhadap produk yang dihasilkan oleh UKM berbasis kuliner di Kota Malang yaitu dipengaruhi oleh kemasan produk yang ditampilkan dan inovasi produk yang diciptakan oleh pelaku UKM kuliner di Kota Malang. Perbedaannya adalah lokasi penelitian yang berbeda yaitu kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dengan Kota Malang. Objek yang diteliti berbeda antara Usaha Kecil dan Menengah dan kuliner.

5. (Ridha, 2016): Citra Tujuan Wisata dan Citra Kuliner Aceh Serta Pengaruhnya Terhadap Niat Wisatawan untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra tujuan wisata dan citra kuliner terhadap niat wisatawan untuk kembali mengunjungi Kota Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke Kota Banda Aceh. Metode penelitian ini menggunakan kuisioner dan non probability sampling digunakan sebagai teknik pengambilan sampel. Metode analisis pengujian dan analisis data menggunakan perangkat SPSS versi 20 dengan formulasi regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra tujuan wisata berpengaruh terhadap niat kembali mengunjungi dan citra kuliner berpengaruh terhadap niat kembali mengunjungi. Perbedaanya adalah pada lokasi penelitian berbeda antara Kota Banda Aceh dengan kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Metode penelitian yang digunakan berbeda yaitu antara kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data yang berbeda antara kuisioner dengan metode wawancara, observasi dan studi dokumen.

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu

Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil
Rand at al., 2008	Peran Kuliner Lokal dan Regional dalam Pemasaran Destinasi Pariwisata Studi Kasus Kepariwisataaan di Afrika Selatan	Analisis kualitatif literatur	Pemasaran destinasi belum menjadikan kuliner sebagai alat pemasaran. Pemanfaatan makanan sebagai daya tarik utama didukung oleh organisasi pemasaran destinasi di Afrika Selatan. Pedoman untuk pengembangan ke masa yang akan datang, kemasan dan pemasaran makanan lokal.
Sims, 2008	Makanan, Tempat dan Keaslian Kuliner Lokal dan Pengalaman Parwisata Berkelanjutan	Deskriptif wawancara kualitatif	Makanan lokal dapat memainkan peran penting dalam pengalaman pariwisata berkelanjutan karena menarik bagi keinginan pengunjung untuk keaslian dalam pengalaman liburan. Makanan lokal dikonseptualisasikan sebagai produk asli sebuah destinasi

*Sumber: Data hasil olahan peneliti, 2016*

*Lanjutan Tabel 2.1*

Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil
Kartika, 2015	Studi Citra Destinasi dan Sumber Informasi Kuliner : Survey Pengunjung Kuliner di Yogyakarta	Analisis moderasi sosial demografi dengan mix metode	Citra destinasi dan sumber informasi memberikan pengaruh yang signifikan. Usia dan pendapatan mempengaruhi citra destinasi pada niat kunjungan. Temuan menarik adalah citra yang unik dari suatu tempat kuliner diindikasikan dapat meningkatkan motivasi untuk mengunjungi tempat kuliner.
Agusetyaningrum, 2016	Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner	Deskriptif kualitatif	Faktor penghambat yaitu permodalan, bahan baku, peralatan, SDM dan lahan tempat. Faktor pendukung yaitu perijinan, pelatihan, pemasaran dan paguyuban. Strategi pengembangan UKM berbasis kuliner yaitu perlindungan usaha, pelatihan, kemitraan dan promosi. Persepsi wisatawan dipengaruhi oleh kemasan.

*Sumber: Data hasil olahan peneliti, 2016*

*Lanjutan Tabel 2.1*

Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil
Ridha, 2016	Citra Tujuan Wisata dan Citra Kuliner Aceh Serta Pengaruhnya Terhadap Niat Wisatawan untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh	Kuantitatif dengan metode analisis SPSS	Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh citra tujuan wisata dan citra kuliner terhadap kunjungan ulang ke Kota Banda Aceh. Sampel yang digunakan adalah wisatawan. Metode penelitian ini menggunakan kuisisioner dan Non Probability sampling digunakan sebagai teknik pengambilan. Metode analisis pengujian dan data menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra tujuan wisata berpengaruh terhadap niat kembali mengunjungi dan citra kuliner berpengaruh terhadap niat kembali mengunjungi.

*Sumber: Data hasil olahan peneliti, 2016*

## **B. Teori Pariwisata**

### **1. Definisi Pariwisata**

Pariwisata diatur oleh negara dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 dan diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009. Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang ini. Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Buchli dalam Yoeti (1982:107) mengatakan pariwisata adalah perpindahan tempat bersifat tidak permanen dari seseorang atau sekelompok, dengan maksud mendapatkan pelayanan yang diperuntukkan bagi kepariwisataan itu oleh lembaga pariwisata. Fandeli (2001:37) mengatakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata merupakan suatu kegiatan bepergian dari suatu tempat ke tempat tujuan lain di luar tempat tinggalnya, dengan maksud bukan untuk mencari nafkah, melainkan untuk menciptakan kembali kesegaran baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi kembali setelah melakukan kegiatan perjalanan wisata.

Pariwisata adalah sebuah perubahan tempat tinggal sementara seseorang dengan tujuan menambah pengalaman dan menikmati fasilitas yang disediakan (Suwanto, 2004:3). Menurut Soekadijo (1997:2) pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran cagar budaya, penyelenggaraan pekan pariwisata, penyediaan angkutan dan sebagainya semua itu dapat disebut kegiatan pariwisata sepanjang dengan kegiatan-kegiatan itu semua dapat diharapkan para wisatawan datang.

Beberapa pengertian yang dikemukakan oleh beberapa ahli tentang pengertian dari pariwisata, peneliti menyimpulkan bahwa pariwisata mencakup semua perjalanan. Pariwisata merupakan perpindahan tempat yang didukung oleh fasilitas dan aksesibilitas yang disediakan oleh *stakeholder* pariwisata. Perjalanan tersebut dimaksudkan untuk kegiatan pertamasyaan menimbulkan kebahagiaan dan tidak sedang mencari nafkah.

## **2. Wisatawan**

Pengertian wisatawan menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pengertian wisatawan masih sama dengan pengertian sebelumnya. Pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan

yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Menurut Burkart dan Medlik dalam Ross (1998:4), wisatawan memiliki empat ciri utama. Keempat ciri ini adalah :

- a. Wisatawan adalah orang yang berpergian ke dan tinggal di tempat tujuan.
- b. Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, kegiatan wisatawan berbeda dengan kegiatan penduduk.
- c. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan, karena itu perjalanannya bersifat sementara dan berjangka pendek.
- d. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal, untuk menetap di tempat tujuan atau untuk bekerja mencari nafkah.

Pitana dan Surya (2009:35) berpendapat bahwa kata wisatawan merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seorang haruslah seorang *traveller* atau seorang *visitor*. Seorang *visitor* adalah *traveller*, tetapi tidak semua *traveller* adalah wisatawan. *Traveller* memiliki konsep lebih luas, yang mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari.

Menurut Kusumaningrum (2009:18) wisatawan dapat diklasifikasikan berdasarkan sifatnya sebagai berikut:

- a. Wisatawan modern idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual bukan secara berkelompok.
- b. Wisatawan modern materialis, wisatawan dengan golongan hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.
- c. Wisatawan tradisional idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan sosial budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.
- d. Wisatawan tradisional materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

### **3. Destinasi Pariwisata**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Pitana dan Surya (2009:126) mengatakan bahwa destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan

selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan (misalnya daerah transit). Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu baik secara aktual maupun hukum. Menurut Ricardson dan Fluker dalam Pitana dan Surya (2009:126), destinasi wisata didefinisikan sebagai tempat yang dikunjungi dengan batasan geografi sebagai tempat produksi pariwisata.

Selama wisatawan berada di destinasi wisata, mereka memerlukan pelayanan akomodasi dan transportasi untuk menjelajah destinasi tersebut, makanan, toko cinderamata, dan sesuatu yang dilakukan serta dilihatnya. Mereka mengonsumsi produk di destinasi tersebut dalam kegiatan pariwisatanya. Istilah produk mencakup segala sesuatu yang dibeli atau dikonsumsi oleh orang yang disebut pengunjung atau wisatawan (Pitana dan Surya, 2009:128).

Kusdianto (1996:8), mengelompokkan berdasarkan ciri destinasi yaitu:

- a. Destinasi Sumber Daya Alam, seperti pantai, gunung, dan hutan.
- b. Destinasi Sumber Daya Budaya, seperti istana kerajan, museum, dan teater.
- c. Fasilitas Rekreasi, seperti taman hiburan bermain anak.
- d. Event pariwisata seperti *fashion carnaval*.
- e. Aktivitas Spesifik, seperti aktifitas untuk bermain kasino dan wisata belanja.
- f. Daya Tarik Psikologis, seperti perjalanan bulan madu romantis.

Menurut Yoeti (1982:164) suatu destinasi pariwisata harus memenuhi 3 (tiga) syarat untuk bisa disebut sebagai destinasi pariwisata yaitu:

- a. *Something to see*, di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Destinasi tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan hiburan bagi wisatawan, misalnya adalah pertunjukan tari kecak saat *sunset* di Pura Luhur Uluwatu.
- b. *Something to do*, di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan sarana dan prasarana yang memadai untuk rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu. Wisatawan dapat melakukan beberapa kegiatan pariwisata seperti berjalan santai menikmati pemandangan pantai atau gunung.
- c. *Something to buy*, destinasi pariwisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.

Kemudian Maryani (1991:11) menambahkan lagi 2 (dua) syarat yaitu:

- d. *What to arrived*

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.

- e. *What to stay*

Bagaimana wisatawan tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Wisatawan memerlukan penginapan baik hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sebagainya.

#### **4. Komponen Pariwisata**

Menurut Suwanto, (2004:18) untuk memuaskan kebutuhan wisatawan, lahirlah unsur baru yang harus diperhatikan oleh orang yang bergerak disektor pariwisata, yaitu unsur pelayanan untuk mewujudkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke sebuah destinasi pariwisata. Produk harus sesuai dengan tuntutan kebutuhan wisatawan. Hal ini mengakibatkan timbulnya spesialisasi pelayanan yang akhirnya membentuk suatu distribusi pelayanan pada pendukung industri wisata di suatu daerah.

Suwanto, (2004:18) membagi sarana sebagai komponen pariwisata dalam tiga unsur pokok, yaitu:

1. Sarana pokok kepariwisataan
  - a. Biro perjalanan umum dan agen perjalanan;
  - b. Transportasi wisata baik darat, udara maupun laut;
  - c. Makanan dan minuman
  - d. Objek wisata, antara lain:
    - 1) Keindahan alam, iklim dan pemandangan.

- 2) Ciptaan manusia seperti monumen, museum, candi, *art gallery*, dan lain-lain.
  - e. Atraksi wisata adalah ciptaan manusia yang berhubungan dengan budaya dan kehidupan sehari-hari seperti kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional, khitanan, dan lain-lain.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan:
    - a. Fasilitas rekreasi dan olahraga seperti *golf course*, *tennis court*, pemandian, kuda tunggangan, *photography*, dan lain-lain.
    - b. Prasarana umum seperti jalan raya, jembatan, listrik, air bersih, telekomunikasi, pelabuhan, bandara, dan lain-lain.
  3. Sarana penunjang kepariwisataan:
    - a. Klub malam dan *steambath*,
    - b. Casino dan hiburan,
    - c. Toko oleh-oleh, pelayanan surat, dan lain-lain.

### **C. Teori Kuliner**

Kata kuliner berasal dari bahasa latin, yaitu *culinarius*, berarti sesuatu yang berhubungan masak memasak serta *culina* atau dapur. Istilah kuliner bersumber dari *cuisine* atau produk yang berhubungan dengan masak-memasak dan gastronomi atau pola konsumsi makanan. Kuliner dapat diartikan sebagai praktik konsumsi yang berbasis pada makanan atau hidangan (Virna, 2007). Kuliner adalah subyek dari

berbagai jenis produk pariwisata dan merupakan tema umum dalam pemasaran. Kuliner memainkan peran utama dalam pariwisata dan memiliki prospek yang baik juga merupakan tantangan bagi pengelola usaha jasa makanan untuk persaingan pada suatu destinasi pariwisata (Henderson, 2009).

Menurut Tikkanen (2007) kuliner saat ini telah diakui sebagai komponen kebudayaan daerah yang dikonsumsi oleh wisatawan, sebagai daya tarik, sebagai fenomena budaya, dan sebagai sebuah pengalaman bagi wisatawan yang menikmati. Kuliner dianggap sebagai tujuan wisata oleh wisatawan yang memiliki konsep tersendiri pada sebuah destinasi. Tidak semua wisatawan yang mengunjungi destinasi karena termotivasi oleh kuliner, tetapi kuliner selalu ada pada bagian akhir dari perjalanan wisata (Lan et al., 2012)

Wisata kuliner (*food tourism*) secara umum dapat didefinisikan sebagai kunjungan ke produsen makanan, festival makanan, restoran dan lokasi spesifik untuk mencicipi makanan dan mempelajari produksinya. Produksi makanan dan atribut khusus makanan daerah menjadi dasar dan faktor pendorong utama dalam perjalanan wisata. Pengambilan keputusan perilaku perjalanan minat khusus dapat dipengaruhi oleh kebutuhan makanan yang menjadi faktor utama dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan (Hall et al., 2003:60).

Wisata kuliner adalah bepergian di luar lingkungan asal untuk menemukan makanan lokal. Semakin jauh wisatawan ingin melakukan perjalanan wisata maka semakin banyak pengalaman menikmati kuliner yang disajikan di sepanjang perjalanan wisatanya (*taste trekker*). Wisata kuliner dipandang sebagai bentuk wisata minat khusus. Ceruk pasar yang menggabungkan dari perjalanan yang terbaik dengan kenikmatan menemukan makanan dan minuman baru dalam perjalanan (Prohaska, 2013)

Ada beberapa jenis wisata kuliner menurut Hall et al., (2003:11), yaitu:

- a. *Rural/urban tourism* yaitu kegiatan berkunjung di tempat makan saat berwisata, festival makanan lokal karena berbeda sebagai wujud adanya kebutuhan makan minum selama berwisata. Ketertarikan terhadap makanan rendah, karena tujuan utamanya bukan untuk menikmati makanan lokal melainkan berwisata. Makanan hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagai individu bukan sebagai tujuan untuk berwisata.
- b. *Culinary tourism* yaitu kegiatan mengunjungi pasar tradisional, restoran lokal, festival makanan saat datang ke destinasi wisata. Ketertarikan terhadap makanan lokal tergolong sedang karena menikmati menu lokal merupakan bagian dari aktivitas hidup mereka selain pada kegiatan dalam pariwisata. Menikmati makanan dalam hal ini persentasenya adalah setengah dari motivasi untuk berkunjung.

- c. *Gastronomi tourism/cuisine tourism/gourmet tourism* yaitu bepergian ke destinasi khusus untuk menikmati makanan lokal, festival makanan, atau mempelajari makanan lokal secara serius. Menikmati makanan lokal sebagai daya tarik utama kegiatan perjalanan, dan memiliki ketertarikan tinggi terhadap makanan lokal. Contohnya kegiatan pagelaran pangan nusantara dan kegiatan ke suatu desa wisata untuk mempelajari makanan khas setempat.

#### **D. Teori Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Ries dan Trout, 1989:1). Kotler et al. (2002:12) mengatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang mengakibatkan individu dan kelompok memperoleh sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Proses pemasaran pariwisata dilakukan dengan analisis, baik pada sisi permintaan maupun pada sisi penawaran produk pariwisatanya. Analisis permintaan pasar pariwisata dilakukan pendekatan dengan pasar yang dibagi ke dalam empat segmen utama yaitu: (1) *the modern materialist*, (2) *the modern idealists*, (3) *the traditional idealists*, dan (4) *the traditional materialists*. Tujuan analisis penawaran untuk lebih memenuhi karakter dan kondisi produk pariwisata, sehingga nantinya akan lebih jelas pasar yang menjadi sasaran pemasaran (Sunaryo dalam Fandeli, 2001:26-27).

Kertajaya (2010:10) menjelaskan bahwa dari waktu ke waktu pemasaran mengalami redefinisi menyesuaikan diri dengan perubahan yang sangat menentukan yaitu situasi persaingan. Secara garis besar dapat dikatakan:

- a. Saat belum ada persaingan atau situasi persaingan tidak keras, maka pemasaran belum terlalu dibutuhkan suatu perusahaan atau organisasi.
- b. Situasi persaingan makin keras, maka pemasaran menjadi suatu hal yang makin penting di suatu perusahaan atau organisasi.
- c. Situasi persaingan sudah sangat keras, tidak dapat diduga dan kacau, pemasaran harus menjadi hati dan jiwa setiap orang dalam suatu perusahaan.

Pada saat suatu organisasi memutuskan segmen mana yang akan dimasuki, organisasi tersebut harus memutuskan *positioning* mana yang ingin dikuasainya pada segmen tersebut. *Positioning* suatu produk adalah bagaimana suatu produk didefinisikan oleh konsumen melalui sifat-sifat pentingnya posisi di benak konsumen yang ditempati oleh suatu produk relatif terhadap produk pesaingnya (Kotler dan Armstrong, 2001:320). Javalagi et.al dalam Alfansi (2012:88) mendefinisikan *positioning* sebagai proses membangun dan menjaga citra yang berbeda, relatif terhadap merek pesaing, di benak pengambil keputusan untuk mengunjungi destinasi. Pencitraan sebuah destinasi merupakan bagian dari *positioning*, yaitu kegiatan untuk membangun citra di benak wisatawan melalui desain terpadu antara aspek kualitas produk, komunikasi pemasaran, kebijakan harga, dan saluran pemasaran yang tepat dan konsisten (Sunaryo, 2013:174).

## **E. Teori Citra Destinasi**

### **1. Citra Destinasi**

Citra destinasi berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2010-2015 adalah pencitraan pariwisata yang berbasiskan pada pencitraan wilayah sebagai destinasi pariwisata. Menurut Avcikrut dalam Coban (2012) citra destinasi adalah keyakinan, pandangan dan kesan wisatawan terhadap suatu tempat atau destinasi pariwisata. Pitana dan Diarta (2009:131) menjelaskan bahwa citra destinasi pariwisata terbentuk dari pengalaman sebelumnya atau fakta sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi pariwisata.

Crompton dalam Ross (1998:113) mendefinisikan citra destinasi pariwisata sebagai keseluruhan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu tempat tujuan. Menurut Pitana dan Gayatri (2005:64), setiap daerah tujuan wisata mempunyai citra (*image*) tertentu, yakni *mental maps* seseorang terhadap suatu destinasi pariwisata yang mengandung keyakinan, kesan, dan persepsi. Citra juga bisa memberikan kesan bahwa destinasi pariwisata yang akan dikunjungi dapat memberikan suatu atraksi yang berbeda dengan destinasi pariwisata lainnya, sehingga menambah keinginan untuk mengunjungi destinasi pariwisata tersebut (Laws dalam Pitana dan Gayatri, 2005:64).

## 2. Pembentuk Citra Destinasi

Reynolds dalam Ross (1998:114) mengartikan pembentukan citra sebagai perkembangan gambaran dalam pikiran berdasarkan beberapa kesan yang dipilih dari berbagai informasi. Menurut Lopes (2011) bahwa pembentuk suatu citra destinasi disebabkan oleh faktor psikologis seperti motivasi wisatawan dan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi pembangunan citra destinasi pariwisata. Di sisi lain Govers dan Buka dalam Lopes (2011) mengatakan bahwa sulit bagi wisatawan untuk mendapatkan citra sebuah destinasi pariwisata sebelum mengunjunginya.

Pengaruh berbagai sumber informasi dan perannya dalam membentuk citra tempat tujuan telah dipelajari oleh Gunn dalam Ross (1998:114-115) yang menghasilkan tujuh tahap pengalaman perjalanan sebagai berikut:

- a. Himpunan gambaran dalam pikiran tentang pengalaman berlibur.
- b. Perubahan gambaran berdasarkan informasi lebih lanjut.
- c. Keputusan untuk berlibur ke suatu tempat.
- d. Perjalanan ke tempat tujuan.
- e. Turut serta dalam kegiatan-kegiatan di tempat tujuan.
- f. Kembali pulang ke tempat asal.
- g. Perubahan citra yang didasarkan pada pengalaman liburan. Pada tahap terakhir, pengalaman setelah berlibur digunakan untuk mengubah citra tempat tujuan.

Menurut Nuryanti dalam Pitana dan Gayatri (2005:64) citra yang terbentuk merupakan kombinasi antara berbagai faktor yang ada pada destinasi seperti cuaca, keamanan, kesehatan, keramah tamahan, dan lain-lain. Informasi yang diterima oleh calon wisatawan dari berbagai sumber di pihak lain, atau fantasinya sendiri. Pentingnya pembentukan citra ini juga dapat dilihat dari pandangan Buck dan Laws dalam Pitana dan Gayatri (2005:65) yang memandang bahwa pariwisata adalah industri yang berbasiskan citra, karena citra mampu membawa calon wisatawan ke dunia simbol dan makna.

### **3. Pengaruh Citra Destinasi**

Lim dan O'Cass dalam Lopes (2011) menyatakan bahwa tujuan dengan citra yang kuat lebih mudah dibedakan dari para pesaingnya dan destinasi wisata dengan citra yang kuat dan lebih bercitra positif, lebih mungkin terpilih pada proses pengambilan keputusan akhir wisatawan sebelum melakukan perjalanan wisata. Kemudian menurut Fakeye dan Crompton (1991) menjelaskan bahwa destinasi pariwisata dengan citra yang kuat dapat memiliki jaminan dan kesejahteraan di pasar. Dengan begitu citra destinasi pariwisata adalah suatu hal yang utama untuk memberikan pikiran positif pada wisatawan. Bahkan menurut Gallarza et.al dalam Pitana dan Gayatri (2005:64) citra memegang peranan lebih penting daripada sumber daya pariwisata yang kasat mata yang ada pada suatu destinasi pariwisata.

## **F. Teori Persepsi**

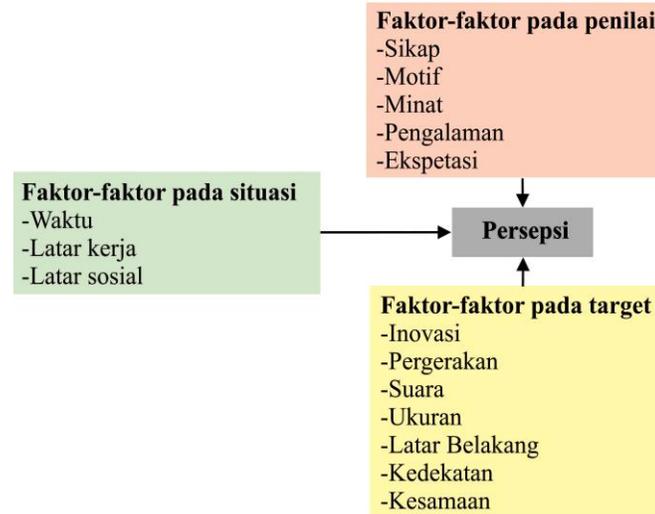
### **1. Pengertian Persepsi**

Persepsi merupakan suatu proses dari individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan untuk memberikan pengertian terkait dengan apa yang ada di sekelilingnya (Robins dan Judge, 2015:103). Melalui persepsi seseorang dapat melakukan penilaian terkait kondisi yang ada disekitarnya. Setelah itu individu tersebut terpengaruh untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan persepsi yang terbentuk sebelumnya.

Kunci untuk memahami persepsi adalah mengakui bahwa persepsi merupakan penafsiran unik dari suatu situasi. Persepsi merupakan proses kognitif kompleks yang menghasilkan gambaran dunia yang unik berbeda dari yang sebenarnya. Persepsi dipelajari secara luas karena persepsi dari setiap individu dalam situasi yang sama memiliki perbedaan. Setiap individu memiliki filter yang unik dan rangsangan yang sama bisa menghasilkan reaksi dan perilaku yang berbeda (Luthans, 2006:194).

### **2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Individu melihat sebuah target dan berusaha untuk mengartikan apa yang ia lihat serta dipengaruhi oleh beberapa karakteristik pribadi. Faktor-faktor ini bisa berada pada penilai, pada objek atau target yang dinilai, atau pada situasi di mana persepsi itu dibuat seperti yang dijelaskan dalam gambar 2.1 dibawah ini.



Gambar 2.1: Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi  
*Sumber: Robins dan Judge (2015:103-104)*

Menurut Toha (2003) faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

- a. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, fokus, proses belajar, keadaan fisik, kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat dan motivasi.
- b. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh

berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain meskipun situasinya sama. Perbedaan tersebut dapat ditelusuri dari kepribadian dan motivasi serta faktor lain berupa pengalaman, proses belajar, dan pengetahuan.

### **3. Proses Persepsi**

Menurut Toha (2003), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Stimulus atau rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika individu dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir di sekitarnya.

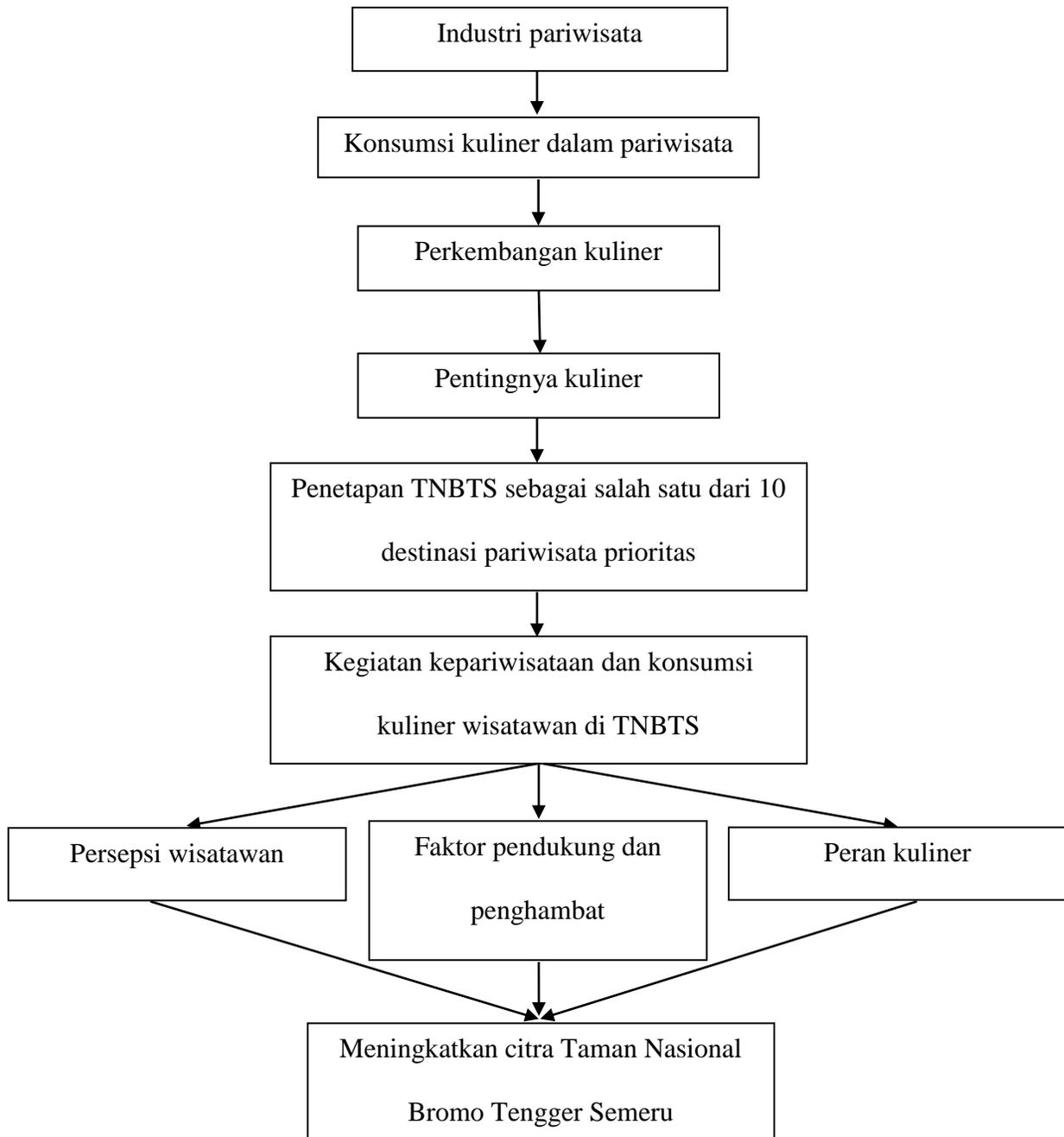
b. Registrasi

Proses registrasi adalah suatu gejala yang nampak pada mekanisme fisik yang berupa penginderaan seseorang berpengaruh melalui alat indera yang digunakan untuk menerima informasi kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada rangsangan yang diterimanya. Proses ini bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

## G. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran  
 Sumber: Data olahan peneliti, 2017

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Creswell dan Clarck dalam Bandur (2014:11) menjelaskan bahwa metode penelitian sebagai kerangka yang mempengaruhi pikiran dan penelitian seseorang. Peneliti dalam hal ini memiliki sebuah keyakinan bahwa ada hal yang jelas setelah dilakukan penelitian. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif pada penelitian ini. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2014:4) penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau ucapan dari orang-orang dan tingkah laku yang diamati.

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran (Nazir, 2003:63). Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif dan semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Moleong, 2014:11). Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk penelitian peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian menurut Moleong (2006:7) berguna sebagai pusat perhatian peneliti untuk membatasi suatu permasalahan yang diteliti agar tidak terjadi pembiasan. Tujuan lain dari fokus penelitian adalah meringankan peneliti sebelum turun ke lapangan untuk melakukan observasi atau pengamatan. Berdasarkan pengertian di atas, peneliti mengambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Persepsi wisatawan terhadap kuliner yang disajikan di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
2. Faktor pendukung dan penghambat yang terdapat pada kuliner di destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
3. Peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

## **C. Lokasi Penelitian dan Situs Penelitian**

Lokasi penelitian adalah suatu posisi atau wilayah untuk melakukan penelitian. Lokasi penelitian merupakan hal penting dalam penelitian kualitatif berguna untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian (Herdiyansyah, 2010:151). Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti untuk mendapatkan data primer dan informasi yang akurat serta relevan adalah pada kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Ditetapkannya TNBTS menjadi salah satu dari 10 destinasi

pariwisata prioritas menjadi alasan peneliti memilih lokasi penelitian. Destinasi pariwisata yang berdaya saing harus memiliki citra yang baik pada calon wisatawan.

Situs penelitian adalah tempat atau wilayah dimana peneliti menangkap keadaan sesungguhnya dari objek yang diteliti untuk mendapatkan data atau informasi. Situs penelitian lebih khusus daerahnya daripada lokasi penelitian. Adapun situs penelitian yang diambil oleh peneliti berada pada kawasan Resort Tengger Laut Pasir dan Resort Gunung Penanjakan. Di kedua resort tersebut adalah kawasan yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan untuk menikmati Gunung Bromo, dengan begitu didapatkan data dan informasi yang lebih akurat dan relevan. Gunung Bromo memiliki pesona alam yang indah yang dapat menarik wisatawan untuk datang mengunjunginya. Makanan yang disajikan di Gunung Bromo lebih beragam.

#### **D. Sumber Data**

Menurut Lofland dalam Moleong (2014:157) mendefinisikan sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio tapes*, pengambilan foto atau video. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik.

Adapun pembagian data dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang diambil langsung oleh peneliti pada lokasi dan situs penelitian melalui hasil observasi tingkah laku, benda atau kegiatan dan melalui teknik wawancara kepada informan (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:80). Informan dalam penelitian ini ialah:
  - Bapak Subur sebagai Kepala Resort Tengger Laut Pasir.
  - Bapak Joko dan Bapak Akbar sebagai pengelola biro perjalanan
  - Bapak Yon sebagai pengelola homestay
  - Bapak Ji dan Ibu Is sebagai penjual makanan
  - Saudara Hafiz, saudari Rosita, saudara Yasir, saudara Yanuar, saudara Rizky, dan saudari Seri sebagai wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan tidak langsung. Data ini diperoleh dan dikerjakan oleh orang lain atau instansi tertentu. Data sekunder umumnya berupa laporan tahunan dan publikasi (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:80). Data sekunder yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah:
  - Data jumlah kunjungan wisatawan 5 (lima) tahun terakhir yang datang ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
  - Data hasil pengamatan dan observasi yang dilakukan orang lain pada lokasi dan judul penelitian yang sama berupa tabel dan gambar.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Marshall dan Rossman dalam Bandur (2014:91) membagi teknik pengumpulan data kualitatif pada *primary methods* dan *secondary methods*. Dalam *primary methods* pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen.

### 1. Observasi

Observasi adalah memperhatikan dan mengikuti dalam arti mengamati dengan teliti dan sistematis sasaran perilaku yang dituju (Banister et al dalam Herdiansyah, 2010:131). Teknik pengumpulan data kualitatif melalui observasi langsung sangat relevan untuk mendapatkan pola perilaku dan peristiwa yang dibutuhkan untuk mendalami masalah penelitian (Bandur, 2014:91). Observasi melibatkan langsung peneliti ke kawasan TNBTS. Digunakannya metode observasi untuk mendapatkan data-data empiris mengenai peran kuliner.

### 2. Wawancara

Penggunaan wawancara sangat signifikan dalam memahami secara lebih mendalam tentang persepsi masing-masing individu terhadap fenomena yang sedang diteliti (Bandur, 2014:94). Jenis wawancara pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur karena menurut Herdiansyah (2010:123) metode wawancara ini lebih tepat jika dilakukan pada penelitian kualitatif. Ciri wawancara semi-terstruktur adalah pertanyaan

terbuka, kecepatan wawancara dapat diprediksi, fleksibel tetapi terkontrol, ada pedoman wawancara yang dijadikan patokan dalam alur, urutan, dan penggunaan kata dan tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan data primer yang diperlukan kepada:

- Bapak Subur sebagai Kepala Resort Tengger Laut Pasir.
- Bapak Joko dan Bapak Akbar sebagai pengelola biro perjalanan
- Bapak Yon sebagai pengelola homestay
- Bapak Ji dan Ibu Is sebagai penjual makanan
- Saudara Hafiz, saudari Rosita, saudara Yasir, saudara Yanuar, saudara Rizky dan saudari Seri sebagai wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

### 3. Analisis dokumen

Setiap peneliti kualitatif diharapkan memiliki dokumen-dokumen tertulis untuk merekam dan/atau menelusuri masalah penelitian yang sedang diteliti (Bandur, 2014:95). Pada penelitian ini dokumen-dokumen yang digunakan ialah buku-buku, jurnal, surat kabar, dokumen formal, *posting* pada media *online* berupa media sosial, hasil keputusan pertemuan, pengumuman, laporan perjalanan wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, dan dokumen pemerintah berupa peraturan pemerintah atau perundang-undangan.

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data, memilih data, mengolah dan menganalisis data sehingga data tersebut berupa hasil penelitian yang dapat disajikan berupa kesimpulan dari penelitian (Moleong, 2014:168). Instrumen penelitian dalam penelitian ini yang digunakan meliputi:

### 1. Instrumen observasi

Instrumen ini berupa pengamatan terhadap objek. Kegiatan yang dilakukan adalah mencatat hasil dari apa yang telah dilakukan observasi oleh peneliti pada objek. Objek tersebut adalah kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Resort Tengger Laut Pasir dan Resort Gunung Penanjakan sebagai situs. Hasil observasi ditulis dalam lembar pengamatan.

### 2. Instrumen wawancara

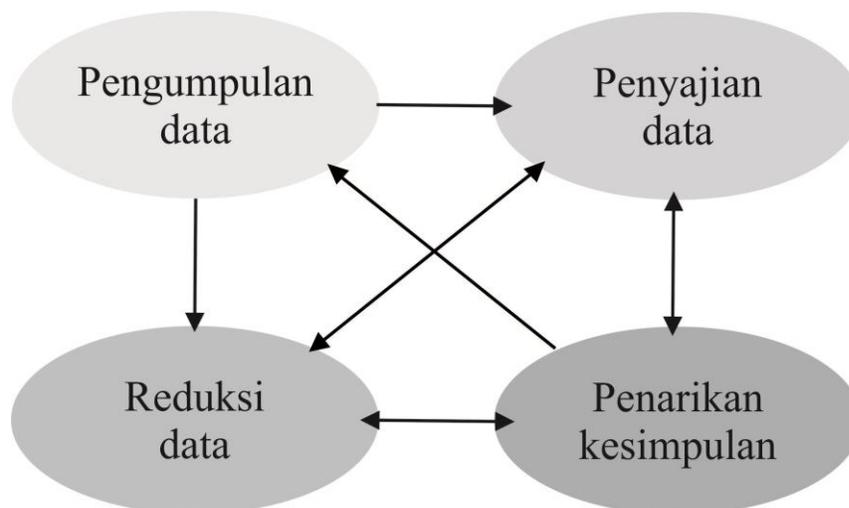
Instrumen ini berupa subjek yakni manusia. Instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara yang telah disusun oleh peneliti atau *interview guide* dan alat perekam suara berupa telepon genggam.

### 3. Instrumen dokumen

Instrumen ini berupa tulisan, dokumen, dan karya yang disimpan. Peneliti mengambil dan menyimpan data, gambar, foto atau film yang akan dijadikan sebagai bahan untuk penelitian yang nantinya akan diolah menjadi hasil penelitian.

## G. Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2014:248) adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Peneliti pada penelitian ini menggunakan analisis data yang sudah umum dipakai oleh peneliti lain yang bersumber dari Miles dan Huberman (2013:11) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas. Aktivitas pada analisis data yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.



Gambar 3.1: Tahap-tahap Analisis Data Model Interaktif  
*Sumber: Miles et al. (2014:14)*

Analisis data yang digunakan oleh peneliti dengan metode yang disebutkan oleh Miles dan Huberman (2013:11) sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dengan mengumpulkan data yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya yaitu berupa observasi, wawancara, dan menganalisis dokumen. Data kualitatif bukan hanya kata-kata dan tulisan tetapi merupakan segala data yang dilihat, diamati, dan di dengar.

2. Reduksi data

Peneliti menyeleksi data dari hasil pengumpulan data pada bagian terkecil yang ditemukan pada data yang mempunyai arti jika dikaitkan dengan penelitian. Langkah selanjutnya ialah memberikan kode pada setiap satuan data agar lebih mudah ditelusuri datanya.

3. Penyajian data

Pada proses ini peneliti menyusun data dari informan maupun instrumen lain yang telah diseleksi, sehingga menjadi kemungkinan data tersebut dapat diambil kesimpulannya.

4. Penarikan kesimpulan

Peneliti telah sampai pada akhirnya menjawab apa yang ada dalam rumusan masalah penelitian. Menarik kesimpulan dari apa yang dulunya bias menjadi sebuah hasil penelitian yang jelas.

## **H. Keabsahan Data**

Keabsahan data bahwa peneliti mengumpulkan data yang sebenarnya pada lokasi dan situs penelitian serta menarik kesimpulan dari data tersebut dengan akurat. Penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti dapat dikatakan absah jika telah melewati beberapa proses teknik pemeriksaan data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi menurut Bandur (2014:242) terdiri atas:

1. Triangulasi teknik pengumpulan data.
2. Triangulasi sumber data.
3. Triangulasi teori
4. Triangulasi peneliti.

Peneliti pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk mendapatkan data yang absah. Menurut Moleong (2014:332) dengan triangulasi peneliti dapat mengoreksi temuannya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, dan teori. Peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
2. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data.
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

###### **a. Sejarah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Berdasarkan fungsinya sebelum ditetapkan sebagai taman nasional, kawasan Bromo Tengger Semeru, kompleks pegunungan Tengger dan Jambangan/Semeru merupakan kawasan cagar alam, taman wisata hutan lindung dan hutan produksi terbatas. Kawasan Bromo Tengger Semeru ditunjuk menjadi taman nasional melalui pernyataan Menteri Pertanian No. 736/Mentan/X/82 tanggal 14 Oktober 1982, yang terdiri dari Cagar Alam Laut Pasir seluas 5.247 ha, Cagar Alam Ranu Kumbolo seluas 1.403 ha, Taman Wisata Laut Pasir seluas 2,67 ha, Taman Wisata Darungan seluas 380 ha, Hutan Lindung dan Hutan Produksi terbatas seluas 43.210 ha dengan luas total 58.000 ha pada tahun 1982. Luas Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) mengalami perubahan berdasarkan keputusan Menteri Kehutanan No. 287/Kpts-VI/1997 tanggal 23 Mei 1997 menjadi 50.276,2 ha dan perairan (danau) seluas 10,25 ha.

Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru telah ditata batasnya berdasarkan Berita Acara Pemeriksaan Batas Hutan tanggal 22 September 1986 yang telah disahkan oleh Menteri Kehutanan 8 November 1993. TNBTS ditetapkan

melalui Keputusan Menteri Kehutanan No. 178/Menhut-II/2005 tanggal 29 Juni 2005 seluas 50.276,2 ha yang meliputi wilayah 4 kabupaten yaitu Kabupten Probolinggo (3.600,37 ha), Pasuruan (4.642,52 ha), Malang (18.692,96 ha), dan Lumajang (23.340,35 ha).

**b. Visi dan Misi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

1) Visi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

Dalam dokumen Rencana Pengelolaan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) periode 1995-2020 disebutkan bahwa visi pengelolaan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah “Terwujudnya kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagai destinasi ekowisata bertaraf internasional yang bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat”.

2) Misi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

a) Mewujudkan pengelolaan ekosistem dan keanekaragaman hayati unik TNBTS yang berbasis pada potensi dan perannya.

b) Menyelaraskan budaya Tengger dan TNBTS.

c) Mewujudkan pengelolaan wisata yang berbasiskan prinsip-prinsip ekowisata.

d) Menggali potensi sumberdaya air di kawasan TNBTS untuk pengembangan pemanfaatan bagi masyarakat.

e) Mewujudkan tata kelola yang ideal bagi TNBTS dalam kerangka RBM (*Resort Based Management*).

**c. Kondisi Umum Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

- 1) Nama kawasan : Taman Nasional Bromo Tengger Semeru
- 2) Luas kawasan : 50.276,2 ha
- 3) Letak Administratif :
  - a) Provinsi : Jawa Timur
  - b) Kabupaten : Malang, Lumajang, Probolinggo, Pasuruan
- 4) Letak Astronomis :  $7^{\circ}54' - 8^{\circ}55'13''$  LS,  $112^{\circ}51' - 113^{\circ}04'$  BT
- 5) Batas Kawasan :
  - a) Utara : Kabupaten Pasuruan dan Kabupaten Probolinggo
  - b) Timur : Kabupaten Probolinggo dan Kabupaten Lumajang.
  - c) Selatan : Kabupaten Malang dan Kabupaten Lumajang.
  - d) Barat : Kabupaten Malang meliputi 5 kecamatan, yaitu  
Tirtoyudo, Wajak, Poncokusumo, Tumpang dan Jabung

**d. Kondisi Fisik Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

1) Geologi

Berdasarkan peta Direktorat Geologi Indonesia tahun 1963, formasi kawasan TNBTS merupakan hasil gunung api kuartar muda sampai kuartar tua. Pegunungan Tengger mempunyai sejarah gunung api yang panjang dimulai dari 1,4 juta tahun yang lalu. Para ahli gunung api menamakan pegunungan ini dengan kompleks Bromo Tengger Semeru, terdiri dari beberapa tubuh gunung api dengan pusat erupsi utamanya membentuk busur.

## 2) Topografi dan Ketinggian

Kawasan TNBTS memiliki topografi yang bervariasi dari bergelombang dengan lereng yang landai sampai bergunung. Lereng yang landai mempunyai ketinggian 750 mdpl yang merupakan hutan *sub montane*. Lereng yang sangat termal dengan puncak Gunung Semeru mencapai ketinggian 3.676 mdpl yang merupakan hutan *sub alpin*.

## 3) Jenis Tanah

Jenis tanah di TNBTS berdasarkan Tanah Tinjau Provinsi Jawa Timur tahun 1966 adalah regosol dan litosol. Bahan jenis tanah ini adalah abu dan pasir vulkanis intermedier sampai dengan sifat permiabilitas sangat rapat dan lapisan teratas sangat peka terhadap erosi. Warna tanah mulai kelabu, coklat, coklat kekuningan sampai putih dengan tekstur tanah pada umumnya pasir sampai lempung berdebu.

## 4) Iklim

Pada lereng gunung, puncak gunung serta dataran tinggi suhunya relatif rendah dengan udara tipis, berkisar antara 5° C sampai 22° C. Suhu terendah terjadi pada saat dini hari di puncak musim kemarau antara 3° C sampai 5° C bahkan di beberapa tempat sampai di bawah 0° C. Suhu maksimal berkisar antara 20° C sampai 22° C. Curah hujan di kawasan TNBTS rata-rata 6604,4 mm/tahun.

## 5) Hidrologi

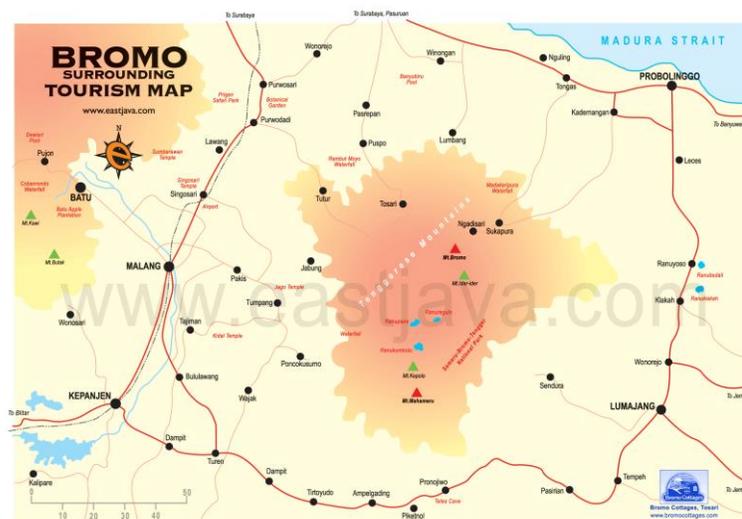
Kawasan TNBTS memiliki tata air radiokal sehingga pada saat musim kemarau air permukaan sulit diperoleh dan bahkan tidak ada sama sekali. Hal tersebut dikarenakan semua air permukaan tanah cepat menyerap ke dalam lapisan tanah yang

berada di bawah. Air tanah yang ada merupakan air hujan yang menyerap melalui sebaran batu gunung dan bergerak masuk ke dalam lapisan batuan di bawah lapisan batu lempung yang kedap terhadap air.

#### 6) Aksesibilitas

Kawasan TNBTS dapat ditempuh melalui 4 (empat) pintu masuk, antara lain dari Kota Malang, Pasuruan, Probolinggo dan Lumajang dari Kota Surabaya. Sebagian jalan masuk menuju kawasan taman nasional sudah bagus dan mudah dilewati, sebagian yang lain masih berupa jalan tanah yang cukup menantang. Di pintu masuk utama seperti Probolinggo, angkutan umum sudah tersedia.

#### e. Peta Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru



Gambar 4.1: Peta Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru  
Sumber: eastjava, 2012

## 2. Gambaran Situs Penelitian

Resort sebagai unit pengelolaan terkecil sehingga memiliki peran strategis yang langsung bersentuhan dengan kawasan dan masyarakat. Seluruh informasi terkait potensi dan permasalahan kawasan tergambar pada masing-masing resort dengan karakter yang berbeda. Informasi potensi sebagai dasar utama dalam perencanaan pengelolaan taman nasional, sehingga penataan resort menjadi suatu keharusan. Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada Resort Gunung Penanjakan dan Resort Tengger Laut Pasir sebagai titik berkumpulnya wisatawan.

Resort Gunung Penanjakan merupakan tempat yang tertinggi bila dibandingkan dengan tempat-tempat lain di kompleks Pegunungan Tengger. Oleh karena itu di kawasan ini wisatawan dapat menyaksikan keindahan alam di bagian bawah seperti panorama laut pasir dengan kompleks Gunung Bromo dan sekitarnya yang dilatar belakangi Gunung Semeru dengan kepulan asapnya yang tebal. Dari puncak Gunung Penanjakan ini dapat disaksikan indahnya matahari terbit dari timur berwarna kuning muncul dari balik perbukitan.

Resort Tengger Laut Pasir merupakan salah satu wilayah pembagian pengelolaan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dengan luas 5.069,27 ha yang di dalamnya terdapat Gunung Bromo. Resort Tengger Laut Pasir juga digunakan sebagai tempat peribadatan umat Hindu Tengger yaitu Pura Agung Poten. Pura ini berada di tengah-tengah lautan pasir.

Gunung Bromo terletak di Resort Tengger Laut Pasir merupakan salah satu dari 5 (lima) gunung yang terdapat di kompleks Pegunungan Tengger di laut pasir. Daya tarik gunung ini berupa gunung yang masih aktif dan dapat dengan mudah didaki. Kekhasan gejala alam yang tidak ditemukan ditempat lain adanya kawah di tengah kawah dengan hamparan laut pasir yang mengelilinginya. Selain itu wisatawan dapat menyaksikan kawah Bromo dengan kepulan asap yang relatif tipis, serta ke arah belakang dapat menyaksikan keindahan hamparan laut pasir dengan panorama alam yang mempesona.

Gunung Batok juga merupakan salah satu gunung yang berada di Resort Tengger Laut Pasir. Gunung Batok berada di sebelah Gunung Bromo dan menjadi pemandangan yang menyatu dengan Gunung Bromo. Gunung Batok adalah satu-satunya gunung yang bentuknya masih utuh dari semua gunung yang berada di kaldera Tengger.



Gambar 4.2: Pemandangan Gunung Bromo dan Gunung Batok  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

## B. Penyajian Data

Kuliner dapat dinikmati oleh wisatawan di beberapa tempat. Tempat yang pertama adalah warung yang terdapat di Resort Gunung Penanjakan dan Resort Tengger Laut Pasir. Di warung tersebut menyediakan makanan ringan hingga makanan berat. Menu yang disediakan adalah nasi campur, nasi rawon dan nasi pecel. Selain di warung, wisatawan yang berkunjung ke TNBTS dapat menikmati kuliner yang disediakan oleh pengelola *homestay*. Menu yang disediakan oleh pengelola *homestay* berbeda dengan yang disediakan di warung. Pengelola *homestay* menyediakan makanan rumah dan makanan tradisional Suku Tengger yaitu nasi aron.

“Penyedia kuliner tersebar di Cemorolawang dan Ngadisari, kalau di luar (kawasan TNBTS) itu tempatnya udah representatif seperti yang disebutkan. Untuk yang berada di kawasan adalah di laut pasir hanya berjualan di pagi hari dan sore sudah pulang. Kalau yang berjualan selama 24 jam berada di Cemorolawang dan Penanjakan. Kuliner di sini istilahnya masih secara umum yang disajikan warung-warung di laut pasir. Misalnya nasi campur, nasi rawon, dan pecel ada disana. Sebetulnya di kawasan Gunung Bromo ini terdapat kuliner spesifik. Di sini ada kuliner orang Tengger asli yaitu namanya nasi aron. Kalau di *homestay* juga banyak yang menyediakan tapi harus memesan terlebih dahulu.” (Wawancara dengan Bapak Subur, kepala Resort Tengger Laut Pasir pada hari Selasa, 25 April 2017 pukul 11.30 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa lokasi untuk wisatawan menikmati kuliner berada di warung yang ada di Cemorolawang dan Desa Ngadisari. Warung yang berada di Cemorolawang sudah cukup baik untuk melayani kebutuhan wisatawan karena tempatnya representatif. Selain itu terdapat pada warung yang berada di kawasan Resort Tengger Laut Pasir tetapi tidak melayani selama 24 jam seperti di Cemorolawang dan di Penanjakan. Warung di kawasan laut pasir buka di

pagi hari dan tutup di sore hari. Kuliner yang disajikan di kawasan Gunung Bromo masih secara umum yaitu berupa nasi campur, nasi rawon dan nasi pecel. *Homestay* di sekitar kawasan Gunung Bromo menyediakan kuliner tradisional Suku Tengger yaitu nasi aron. Wisatawan yang ingin menikmatinya harus memesan terlebih dahulu.

### **1. Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner yang Disajikan di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Persepsi wisatawan dideskripsikan oleh peneliti dari hasil wawancara kepada wisatawan yang telah tinggal di wilayah situs penelitian selama 3 (tiga) hari. Waktu yang lebih lama dari waktu wisatawan lain di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) pada umumnya, menimbulkan persepsi yang mendalam tentang kuliner yang disajikan. Wisatawan yang tinggal selama 3 (tiga) hari juga menikmati kuliner dengan menu, rasa dan tampilan yang beragam.

Persepsi yang pertama adalah suasana. Wisatawan yang menikmati makanan dipengaruhi oleh suasana dingin di TNBTS. Hawa dingin yang sejuk menjadikan wisatawan betah untuk berwisata di sana. Suasana yang dingin membuat wisatawan lapar sehingga dapat menyantap makanan lebih banyak. Menikmati makanan dengan suasana dingin di TNBTS merupakan pengalaman baru bagi wisatawan tersebut. Selain itu suasana yang dingin menambah kenikmatan dalam menikmati makanan yang hangat di TNBTS.

“Kalau menurut saya suasananya. Selain makanannya memang enak, suasananya sangat membuat saya nyaman dan mendukung untuk menikmati makanan. Menikmati makanan yang enak dengan tempatnya bagus itu menggugah selera. Jadi pemandangannya yang bisa dilihat dari *homestay view*nya benar-benar bukit jika dilihat dari atas bukit, menurut saya itu bagus. Soalnya saya baru pertama makan di tempat seperti itu, di tempat asal saya Jakarta tidak ada. Menurut saya itu rasa sama suasana hawa dingin bisa membuat lapar.” (Wawancara dengan Rizky wisatawan asal Jakarta pada hari Jumat, 21 April 2017 pukul 15.31 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas selain cita rasa makanan yang enak, suasana pegunungan dengan udara dingin saat menikmati makanan juga mempengaruhi wisatawan. Rasa makanan yang enak, tempat yang bagus serta pemandangan bukit yang dapat dinikmati dari dalam *homestay* telah menggugah selera wisatawan ketika makan. Menikmati makanan dengan suasana seperti yang disampaikan oleh wisatawan tersebut tidak bisa didapatkan di kota lain seperti Jakarta. Hal tersebut adalah pengalaman baru bagi wisatawan tersebut yang berasal dari Jakarta.



Gambar 4.3: Menikmati Semangkok Bakso dengan Suasana yang Dingin  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Persepsi wisatawan selanjutnya adalah cara penyajian atau di dalam ilmu tata boga disebut *plating*. Cara penyajian atau *plating* dapat menambah selera ketika akan menikmatinya. *Plating* yang dilakukan penyedia kuliner di kawasan TNBTS masih sangat sederhana, jika *plating* dilakukan dengan baik maka akan menjadikan makanan tersebut lebih menarik untuk dinikmati. Cara penyajian yang baik juga dapat meningkatkan nilai jual dari produk kuliner itu sendiri dan dapat meningkatkan selera makan wisatawan untuk menikmati kuliner yang disediakan.

“Kalau menurut saya yang paling utama adalah cara penyajiannya kurang menarik. Kurang menariknya adalah pada saat saya kemarin makan di beberapa tempat makan itu hanya ditaruh di atas piring lalu di atasnya ada kertas coklat yang biasa untuk makan nasi. Mungkin penyedia kuliner di sini mencari praktisnya saja, tapi kalau misalnya saran saya disajikan lebih menarik seperti diganti daun pisang daripada kertas. Kalau dibandingkan dengan wisata alam lainnya, saya pernah makan di Rinjani. Menurut saya lebih bagus di Gunung Rinjani. Di jalur yang pendakian mungkin di sekitar pos 2 atau pos 3 saya lupa, perbedaannya sendiri kalau di Rinjani, nasi goreng saja disajikan dengan menarik, nasinya dicetak lalu jus semangkanya dituang ke gelas dan diberikan hiasan. Di Gunung Rinjani juga jauh dari kampung. Menurut saya di alam itu tidak menghalangi untuk menyajikan makanan secara menarik. Untuk menyajikan makanan yang menarik tidak harus seperti yang ada di restoran, warung pun juga bisa supaya banyak yang membeli dan menikmati.” (Wawancara dengan Rosita, wisatawan asal Malang pada hari Jumat, 7 April 2017 pukul 09.01 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa persepsi wisatawan yang kedua adalah pada cara penyajian makanan yang kurang menarik. Hasil wawancara dengan wisatawan menyebutkan bahwa makanan hanya ditaruh di kertas makanan yang dibawahnya diberi piring anyaman dan tidak ditata dengan baik. Hal tersebut merupakan cara praktis dalam menyajikan makanan menurut penyedia kuliner, akan tetapi selain praktis cara penyajian makanan di kawasan TNBTS juga harus tetap

menarik. Menurut wisatawan tersebut cara penyajian makanan di Gunung Rinjani lebih menarik dengan cara nasi yang dicetak, ditata dan dihias. Jarak dari rumah penjual makanan dengan warung tidak menjadi alasan untuk kesulitan dalam cara menyajikan makanan yang menarik. Penyajian makanan yang menarik tidak hanya di restoran saja, tetapi di warung juga bisa menyediakan makanan dengan penyajian yang menarik supaya banyak yang datang untuk menikmati.



Gambar 4.4: Cara Penyajian Makanan di Gunung Bromo  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Terdapat pada Kuliner di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

### **a. Faktor Pendukung**

Peran Kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) di dalamnya pasti terdapat faktor pendukung. Faktor pendukung adalah faktor yang paling berpengaruh untuk

meningkatkan citra destinasi pariwisata. Faktor pendukung tersebut dapat mempengaruhi wisatawan untuk mendapatkan kepuasan setelah mengunjungi TNBTS. Faktor pendukung yang deskripsikan bersumber dari wawancara dengan wisatawan, biro perjalanan, penyedia kuliner dan pengelola TNBTS.

Faktor pendukung yang paling utama yang dirasakan dari wisatawan adalah soal cita rasa dari makanan itu sendiri. Rasa yang dinikmati oleh wisatawan mancanegara adalah rasa yang unik dan rasa yang berbeda dengan negara asalnya. Harum dari tusukan daging ayam yang dibakar menambah nikmat saat menikmati makanan berupa sate. Kenikmatan rasa dari sate dengan siraman bumbu kacang, disukai oleh wisatawan mancanegara yang berwisata di kawasan TNBTS.

“Ya tentu saya makan di sini, saya makan seperti ayam bakar atau ayam *barberque*, baunya bakarannya harum. Rasanya unik dan enak, saya tidak pernah makan di negara saya, di negara saya ada yang seperti ini tapi terbuat dari daging kambing. Saya sudah berada di sini kenapa saya tidak mencoba? Karena berbeda dengan negara saya, saya juga lapar, saya makan saja. Di homestay tempat saya menginap saya juga dikasih makanan indonesia seperti sup dan nasi goreng begitu.” (Wawancara dengan Yasir wisatawan asal Pakistan pada hari Jumat, 8 April 2017 pukul 16.55 WIB).

Menurut hasil wawancara di atas, wisatawan mancanegara tersebut menikmati sate dengan rasa yang unik dan enak ditambah dengan aroma dari daging ayam yang dibakar. Wisatawan tersebut belum pernah menikmati sate di negaranya. Menikmati sate di kawasan TNBTS merupakan pengalaman baru baginya yang tidak pernah ditemukan di negaranya. Di negara wisatawan

tersebut berasal ada kuliner serupa sate tapi terbuat dari bahan yang berbeda yaitu dari daging kambing. Selain itu di *homestay* tempat wisatawan tersebut menginap juga disediakan makanan lokal Indonesia berupa sup dan nasi goreng.



Gambar 4.5: Wisatawan Mancanegara Membeli Sate  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Menikmati makanan dengan cita rasa lokal merupakan pengalaman baru bagi mereka yang berwisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Wisatawan yang menginap di *homestay*, disediakan menu tradisional oleh pemilik *homestay*. Menu tradisional yang disediakan pemilik *homestay* di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru banyak disukai wisatawan yang berasal dari luar Jawa Timur. Menu tradisional Suku Tengger seperti sawut dan nasi aron juga dapat di pesan di *homestay*.

“Kalau rata-rata tamu saya dari Jakarta, Bandung dan luar Jawa Timur, mereka sangat senang dan *exited* setelah menikmati kuliner yang disediakan di *homestay*. Makanan yang disediakan adalah makanan tradisional seperti sayur lodeh dan ikan asin. Makanan tradisional ini adalah makanan penduduk di sana, dapat juga dilayani atas permintaan wisatawan. Ada juga yang *request* sawut dan nasi aron, saya pesan juga ke *homestay*nya. Karena punya rasa yang enak jadi saya sudah langganan selama tujuh tahun” (Wawancara dengan Bapak Joko biro perjalanan Anggada Indonesia pada hari Senin, 20 Maret 2017 pukul 09.32 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa kuliner yang disajikan di sekitar kawasan TNBTS memiliki ciri khas rasa yang berbeda dan dapat memuaskan wisatawan khususnya yang berasal dari luar Jawa Timur. Menu sarapan yang disediakan oleh pengelola *homestay* seperti sayur lodeh, ikan asin dan menu lainnya. Pengelola *homestay* yang menyediakan kuliner di kawasan TNBTS juga menerima pesanan menu tradisional Suku Tengger. Biro perjalanan dan *homestay* tersebut sudah menjalin kerja sama selama 7 (tujuh) tahun. Hal tersebut dikarenakan pengelola *homestay* menjaga kualitas makanan yang disajikan dapat memuaskan wisatawan.



Gambar 4.6: Kuliner yang Disajikan oleh Pemilik Homestay  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Makanan yang disediakan tidak jauh berbeda dengan makanan tradisional lainnya. Hampir seluruh makanan menggunakan bahan segar serta rempah-rempah dan bumbu yang didapatkan di sekitar kawasan TNBTS. Penyedia kuliner menggunakan bahan yang segar kemudian di masak di pagi hari sebelum disajikan kepada wisatawan. Bahan makanan diperoleh dari hasil kebun atau ladang. Selain itu bahan makanan didapatkan saat pagi hari di pasar, kemudian langsung diolah menjadi makanan yang siap disajikan kepada wisatawan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan salah satu pengelola *homestay* yaitu sebagai berikut.

“*Fresh*, kalau mau seledri atau cabe saya itu mengambil sendiri di ladang di bawah itu di depan rumah ada bawang juga ada sayur. Saya mengambil dari depan rumah. Kalau kentang saya harus ke ladang punya sendiri kemudian saya taruh di wadah. Bawang dan lombok besar yang biasa disebut lombok terong Bromo itu kita mengambil dari kebun. Ikan seperti ayam ibu yang beli di pasar pagi itu juga, jadi seandainya hari ini makan pagi itu juga semua bahan baru datang. Seperti contohnya tadi pagi kita masak langsung tidak pakai nginap di kulkas. Jadi tidak ada masakan yang tandon di rumah. Sayur juga seperti itu, pagi jam 6 ke pasar kalau ada yang pesen selanjutnya jika tidak ada yang pesan ya tidak ke pasar.” (Wawancara dengan Bapak Yon pengelola *homestay* dan penyedia kuliner pada hari Jumat, 21 April 2017 pukul 09.46 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa bahan makanan yang digunakan masih segar. Bahan makanan berupa kentang, bawang dan sayur diambil dari ladang pengelola *homestay* sendiri yang terletak di depan rumah. Bahan makanan lain seperti ayam diperoleh di pasar pada pagi hari untuk menjaga kesegaran bahan makanan. Sayur selain diperoleh dari hasil

kebun juga diperoleh dari pasar pada saat pagi hari. Setelah semua bahan diperoleh kemudian dimasak lalu disajikan kepada wisatawan, jadi tidak ada bahan makanan yang disimpan. Jika tidak ada yang memesan untuk sarapan, pemilik *homestay* tidak pergi ke pasar untuk berbelanja.

Selain karena rasa dan bahan makanan, pemandangan alam yang ada di TNBTS merupakan faktor pendukung berikutnya. Menikmati makanan sambil melihat pemandangan dapat membuat nyaman ketika makan. Pemandangan yang ada di TNBTS berbeda dengan pemandangan yang ada di tempat lain.

“Kalau makan di sini jelas dari *viewnya*, pemandangan yang ada di sini. Iya bener dari *viewnya* yang terasa berbeda saja kalau kita makan di sini dengan di kota jelas berbeda. Kalau di kota hanya seperti itu. Saya kalau makan di sini bisa sambil liat pemandangan. Otomatis makanan yang biasa-biasa aja jadi lebih enak rasanya. Pemandangan Bromo berbeda dengan gunung lain. Kita bisa melihat laut pasir, Gunung Batok, sama sedikit puncaknya Semeru. Yang paling berkesan adalah melihat dari Penanjakan saat melihat ke bawah seperti diorama raksasa apalagi ketika *sunrise*.” (Wawancara dengan Seri wisatawan asal Samarinda pada hari Senin, 22 Mei 2017 pukul 09.50 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, menikmati kuliner di kawasan TNBTS didukung oleh pemandangan indah yang berbeda ketika makan di kota. Melihat pemandangan sambil menikmati kuliner akan membuat rasa makanan menjadi lebih enak. Pemandangan Gunung Bromo juga berbeda dengan di objek wisata lain. Di TNBTS bisa melihat Gunung Bromo, lautan pasir, Gunung Batok dan Gunung Semeru. Pemandangan yang dilihat dari Gunung Penanjakan seperti diorama pemandangan raksasa terutama saat *sunrise*.



Gambar 4.7: Wisatawan Mengunggah Foto Kuliner di Media Sosial Instagram  
 Sumber: Akun instagram @enggar\_shuninggar, 2016

Dilihat dari kebijakan pengelola destinasi, faktor pendukungnya adalah Resort Tengger Laut Pasir Taman Nasional Bromo Tengger Semeru telah memberikan kesempatan bagi warga di sekitar kawasan untuk membuka usaha jasa makanan dan minuman. Hal tersebut dilakukan dengan cara merevisi zonasi di kawasan laut pasir. Penjual makanan dan minuman diberikan tempat untuk berjualan di parkiran jeep kawasan laut pasir dalam mendukung kegiatan kepariwisataan.

“Kalau di laut pasir itu sebetulnya dibebaskan dari segala aktifitas. Itu zonanya zona rimba, hanya orang tertentu yang memiliki izin untuk masuk ke sana. Tetapi karena sudah terlanjur, pengelolaan laut pasir itu ada semacam revisi zonasi-zonasi. Untuk kepentingan masyarakat itu tadi, mau tidak mau harus ada revisi zonasi. Jadi kita jadikan zona khusus yang di parkiran jeep yang sebelumnya itu zona rimba. Kita plot mereka di situ dan tidak boleh kemana-mana. Mereka mencari tempat yang strategis dan layak untuk jualan. Boleh di situ, di parkiran jeep itu. (Wawancara dengan Bapak Subur kepala Resort Tengger Laut Pasir pada hari Selasa, 25 April 2017 pukul 11.30 WIB).

Menurut hasil wawancara di atas, kawasan laut pasir adalah masuk dalam zona rimba. Hanya orang yang memiliki izin untuk masuk ke dalam zona rimba. Untuk mendukung kegiatan pariwisata maka pengelola TNBTS melakukan revisi zonasi. Kawasan laut pasir yang dahulu adalah zona rimba sekarang telah direvisi menjadi zona khusus. Pengelola memberikan satu tempat yang khusus digunakan sebagai tempat untuk berjualan yaitu di sekitar tempat parkir mobil.



Gambar 4.8: Keberadaan Warung yang Diperbolehkan di Parkiran Mobil  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Pemilik warung mengatakan bahwa lokasi yang diberikan oleh pengelola Resort Tengger Laut Pasir sudah strategis. Lokasi yang ditetapkan adalah parkir mobil, di tempat itulah konsentrasi wisatawan berada. Wisatawan setelah menikmati *sunrise*, rute selanjutnya adalah menikmati pemandangan Gunung Bromo dari dekat yang berada di sekitar warung.

“Di kawasan laut pasir sudah bagus dalam penempatan lokasi. Alhamdulillah udah dikasih tempat sama TN. Tempatnya enak di sini, orang yang datang dari Penanjakan pasti singgah ke sini dulu. Jadi tempat yang diberikan sudah pas dan cocok. Bagus dek.” (Wawancara dengan Ibu Is, pemilik warung pada hari Selasa, 21 Maret 2017 pukul 09.15 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas pemilik warung bersyukur karena telah diberikan tempat untuk berjualan oleh pengelola Resort Tengger Laut Pasir yang berada di bawah Balai Besar TNBTS. Tempat yang diberikan cocok karena merupakan titik berkumpulnya wisatawan. Wisatawan yang datang dari Penanjakan berkumpul di area tersebut untuk memarkir kendaraannya kemudian singgah di warung untuk menikmati makanan yang disajikan.

#### **b. Faktor Penghambat**

Selain dari faktor pendukung, faktor penghambat juga terdapat pada peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Faktor penghambat dapat menghambat dalam meningkatkan citra TNBTS jika terus berlanjut. Faktor penghambat yang pertama dilihat dari wawancara dengan biro perjalanan, wisatawan yang mengunjungi kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, kemudian penyedia kuliner, pengelola *homestay* dan pengelola Resort Tengger Laut Pasir. Hasil wawancara menemukan bahwa faktor penghambat penyediaan kuliner terletak pada penyedia kulinernya.

Tidak semua warga di sekitar kawasan TNBTS dapat mengolah sajian kuliner dengan cita rasa yang enak hingga dapat dinikmati oleh wisatawan. Meracik bahan makanan dan bumbu membutuhkan resep dan takaran tersendiri dalam proses memasaknya. Memasak untuk dikonsumsi sendiri dengan memasak untuk wisatawan juga berbeda. Memasak untuk wisatawan diperlukan pemahaman tentang konsep wisata seperti mulai dari proses memasak, pelayanan dan cara penyajiannya.

“Tidak semua orang warga di sekitar kawasan TNBTS bisa masak enak, mungkin juga faktornya masih di desa pokoknya mereka masak untuk mereka sendiri, masak seperti disajikan untuk di rumah. Sedangkan masak untuk mengerti konsep wisata, mengerti selera tamu masih jarang, hanya ada beberapa. Saya berlangganan di Bu Yon sama Pak Kayah mas, di dua tempat itu yang mereka sudah sadar wisata. Mereka memanfaatkan peluang kegiatan pariwisata ini. Tidak semua orang bisa masak dan tidak semua orang bisa memanfaatkan kegiatan dalam pariwisata.” (Wawancara dengan Bapak Joko, pemilik biro perjalanan Anggada Indonesia pada hari Senin, 20 Maret 2017 pukul 09.32 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa warga di sekitar kawasan TNBTS bisa memasak tetapi tidak semuanya mengerti konsep wisata dan mengerti selera wisatawan. Pengetahuan tentang konsep wisata yang dimiliki penyedia kuliner di sekitar kawasan TNBTS dirasa kurang. Peluang untuk menjadikan pariwisata sebagai penghasilan utama juga belum bisa dimanfaatkan secara maksimal. Hanya ada beberapa *homestay* yang menyajikan makanan dengan konsep wisata dan mengerti selera wisatawan seperti *homestay* Ibu Yon dan Bapak Kayah.

Warga di sekitar kawasan TNBTS mata pencahariannya adalah bertani. Lahan yang luas dan tanah yang subur menjadikan bertani sebagai profesi utamanya. Bekerja di bidang pariwisata atau melayani wisatawan bukan pekerjaan utama warga yang berada di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Menjadi pekerja wisata seperti supir jeep, penyewaan kuda, pedagang asongan dan lain-lain adalah pekerjaan tambahan. Oleh karena itu warga sekitar kawasan TNBTS tidak semuanya sadar tentang potensi pariwisata yang ada di daerahnya.

“Yang pertama itu, yang kemudian adalah waktu, mereka pekerjaannya bukan pekerja di bidang pariwisata, jadi kerja wisata atau driver jeep itu sampingan aja. Pekerjaan utama mereka adalah bertani di ladang. Waktu yang dihabiskan lebih banyak untuk bertani. Saya sendiri PNS di Ranupani mas, ibunya di rumah ya senangnya masak.” (Wawancara dengan Bapak Yon, pengelola *homestay* dan penyedia kuliner pada hari Jumat, 21 April 2017 pukul 09.46 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa faktor utama mengapa warga di sekitar kawasan TNBTS selain kurang sadar wisata adalah masalah pembagian waktu untuk bekerja. Pekerjaan utama warga sekitar adalah bertani. Waktu yang dihabiskan di ladang lebih banyak dari pada waktu yang dihabiskan untuk bekerja di industri pariwisata. Menjadi pekerja wisata seperti supir jeep, penyewaan kuda, pedagang asongan dan lain-lain adalah pekerjaan tambahan. Pengelola *homestay* tersebut adalah PNS di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, sedangkan istrinya adalah ibu rumah tangga yang terampil dalam memasak.



Gambar 4.9: Bertani Menjadi Pekerjaan Utama Masyarakat di Sekitar Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Faktor penghambat berikutnya adalah kualitas pelayanan yang ada di warung, penjual menyajikan makanan kepada wisatawan dengan cara yang kurang baik. Kualitas pelayanan mendapat kritikan dari wisatawan karena pelayan yang datang ke rumah makan tidak siap untuk melayani wisatawan. Ketika wisatawan datang di rumah makan atau warung di kawasan TNBTS tidak disambut dan dipersilakan dengan baik.

“Masyarakat yang berjualan di sini bisa dibilang hanya sekedar aja melayani seperti berjualan biasa. Jadi mereka membuat makanan kemudian diberikan kepada wisatawan seperti itu saja. Menurut saya pelayanannya kurang, waktu kemarin saya beli makanan warung di atas sana saat masuk ke warungnya tidak dipersilakan, menunya saya ambil sendiri. Setelah pesan juga tidak terasa pelayanannya. Padahal *hospitality* itu penting di tempat wisata. Kalau saya liat juga jumlah pelayannya cukup.” (Wawancara dengan Rosita, wisatawan asal Malang pada hari Jumat, 7 April 2017 pukul 09.01 WIB).

Menurut hasil wawancara di atas didapatkan faktor penghambat berikutnya adalah pada kualitas pelayanan. Wisatawan mengeluhkan pelayanannya yang kurang baik, hanya seperti berjualan di tempat biasa bukan berjualan di sebuah destinasi pariwisata. Sebagai contoh ketika wisatawan tersebut memasuki warung, orangnya tidak siap melayani wisatawan tersebut. Kegiatan pariwisata yang diutamakan adalah keramah tamahan. Jumlah orang yang cukup belum bisa memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan.



Gambar 4.10: Aktivitas Memasak Sekaligus Merangkap Sebagai Pelayan  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Faktor penghambat yang kedua adalah harga. Wisatawan yang menikmati sajian kuliner di kawasan TNBTS membayar dengan sedikit lebih mahal dengan warung biasa ada di perkotaan. Pada umumnya, warung yang berada di kawasan TNBTS belum menerapkan standarisasi harga dan pemasangan daftar menu dan harga.

“Faktor penghambatnya adalah harga yang cukup mahal. Satu piring dihargai lima belas ribu. Saya tadi memakan rawon sama minum hanya minum kopi lima ribu. Total yang saya keluarkan untuk makan minum dua puluh ribu. Dua puluh ribu hanya sepiring saja dengan kopi gelas kecil. Kalau di kota segelas kopi dihargai tiga ribu, rawon juga berapa di bawah harganya. Tapi rasanya enak. Saya memaklumi karena mungkin mereka menetapkan harga segitu karena jauh dari tempat tinggalnya ke sini, tetapi dengan harga seperti itu tetap mahal.” (Wawancara dengan Hafiz, wisatawan asal Bogor pada hari Kamis, 6 April 2017 pukul 07.45 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa faktor penghambat berikutnya adalah harga. Wisatawan yang berprofesi sebagai mahasiswa mengeluhkan harga yang lebih tinggi untuk menikmati makanan di TNBTS. Wisatawan menikmati sepiring rawon mengeluarkan Rp 15.000,00 dan Rp 5.000,00 untuk segelas kopi. Wisatawan membandingkan dengan di tempat lain untuk menikmati makanan dan minuman bisa didapatkan dengan harga yang lebih murah. Untuk mengangkut bahan makanan dan peralatannya dari tempat tinggal ke warung yang berada di laut pasir membutuhkan biaya transportasi lebih. Wisatawan tersebut memahami bahwa makan di tempat wisata itu mahal.

Selain harga yang sedikit lebih tinggi, warung yang menyediakan kuliner di kawasan TNBTS belum melakukan standarisasi dan penetapan harga. Pemasangan daftar menu dan harga belum dilakukan. Daftar harga perlu dipasang agar wisatawan mengetahui berapa harga makanan sebelum mereka menikmati makanan. Hal tersebut dilakukan supaya wisatawan merasa tidak terjebak oleh harga ketika membayar setelah mengonsumsi kuliner di kawasan TNBTS.

“Kemudian adalah penetapan harga. Kenapa itu menjadi masalah utama karena belum ada penetapan harga yang standar atau yang sama antara satu pedagang dengan pedagang yang lain, sehingga kadang wisatawan itu merasa terjebak ketika sudah selesai makan, mereka membayar dan harganya mahal seperti itu.” (Wawancara dengan Yanuar, wisatawan asal Malang pada hari Selasa, 11 April 2017 pukul 13.12 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui selain harga yang mahal, warung yang menyajikan kuliner belum melakukan penetapan harga. Harga antara pedagang satu dengan pedagang yang lain belum sama atau standar. Hal tersebut menyebabkan saat wisatawan membayar setelah selesai makan, mereka akan merasa terjebak oleh harga karena harga yang makanan yang dibayar mahal.

Faktor penghambat yang ketiga adalah kebersihan. Penyedia kuliner belum secara maksimal dalam menjaga kebersihan diri, alat untuk makan, tempat makan, maupun makanan itu sendiri. Kebersihan di lingkungan warung disebabkan oleh sampah yang berserakan. Sampah berasal dari warung yang beroperasi dan kesadaran wisatawan yang membuang sampah tidak pada tempatnya. Selain itu angin yang berhembus kencang menerbangkan debu sehingga mudah untuk bercampur dengan makanan.

“Untuk kebersihan belum tertata dengan baik. Dikarenakan mungkin medannya susah. Tempat berjualan dengan lalu lalang orang itu jadi satu sehingga debu-debu itu terbang terbawa angin. Apalagi dengan adanya kuda yang buang air sembarangan itu mengganggu kenyamanan. Iya benar, mengurangi nafsu makan. Terkadang orang itu juga tidak enak makan kalau dilihat banyak orang soalnya tempatnya terbuka seperti itu.” (Wawancara dengan Yanuar, wisatawan asal Malang pada hari Selasa, 11 April 2017 pukul 13.12 WIB).

Menurut hasil wawancara di atas bahwa kebersihan makanan dan tempat yang menyediakan makanan belum ditata dengan baik. Hal tersebut disebabkan lingkungannya yang kurang mendukung. Penataan warung berada di lautan pasir dekat dengan lalu lalang wisatawan. Warung di kawasan laut pasir ketika ada orang berjalan, maka gesekan antara alas kaki dan pasir akan membuat pasir tersebut terbang terbawa angin dan mengotori tempat makan. Kuda yang buang air sembarangan dan kotorannya tidak dibersihkan oleh pemilik kuda maka akan mengurangi nafsu makan wisatawan yang melihatnya. Kotoran kuda juga dapat memicu timbulnya bakteri yang menyebabkan penyakit. Tempat yang terbuka dapat dengan mudah terlihat oleh banyak orang membuat wisatawan kurang nyaman dalam menyantap makanan yang disediakan di kawasan laut pasir.



Gambar 4.11: Pemandangan dari Dalam Warung, Debu yang Berterbangan Dapat Mengotori Makanan dan Warung yang Berada di Kawasan Laut Pasir  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Warung yang beroperasi di kawasan Resort Tengger Laut Pasir menghasilkan sampah dan limbah dari hasil jualannya. Sampah dihasilkan dari bungkus makanan dan minuman kemasan. Limbah dari hasil jualan dihasilkan dari air sabun cuci piring dan minyak goreng yang dibuang sembarangan setelah tidak dipakai oleh pengelola warung di kawasan Resort Tengger Laut Pasir. Sampah dan limbah akan mencemari lingkungan di kawasan Resort Tengger Laut Pasir.

“Kembali ke lingkungan, namanya orang sudah ada usaha di situ pasti ada sampahnya, detergenya, minyaknya itu juga sampah. Sampah yang tidak terlihat itu minyak kelapa yang sudah dibuang. Kemudian detergen untuk mencuci alat masak itu terbuat dari zat bahan kimia. Kawasan laut pasir harus terbebas dari hal seperti itu. Kalau masalah lingkungan itu nomor 27 bagi mereka yang penting mereka berjualan dan laku” (Wawancara dengan Bapak Subur, kepala Resort Tengger Laut Pasir pada hari Selasa, 25 April 2017 pukul 11.30 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, sampah adalah hal utama yang diperhatikan untuk masalah lingkungan. Warung yang beroperasi di Resort Tengger Laut Pasir menghasilkan sampah dan limbah. Limbah dari hasil produksi warung yang ada di Resort Tengger Laut Pasir adalah air yang bercampur dengan detergen setelah digunakan untuk mencuci peralatan dapur. Minyak goreng bekas yang sudah tidak dipakai dibuang begitu saja. Deterjen yang bercampur air dan minyak goreng merupakan bahan kimia yang dapat mencemari lingkungan Resort Tengger Laut Pasir. Pedagang di laut pasir tidak memperdulikan kebersihan yang berdampak pada lingkungan kawasan laut pasir.



Gambar 4.12: Sampah Hasil dari Warung yang Beroperasi Dibuang Begitu Saja  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

Faktor penghambat selanjutnya adalah proses untuk membuat kuliner tradisional Suku Tengger yaitu nasi aron. Proses yang lama dan rumit mengakibatkan masyarakat sekitar kawasan TNBTS merasa enggan dan kurang tekun dalam mengolahnya. Proses yang lama menjadi faktor penghambat. Untuk menghasilkan kuliner lokal seperti nasi aron dibutuhkan waktu yang berhari-hari dengan proses yang cukup rumit. Hasil dari penjualan yang didapatkan oleh penyedia kuliner tidak sebanding dengan modal yang dikeluarkan dan proses yang telah dilakukan.

“Nasi aron membutuhkan semacam keahlian untuk mengolahnya. Sekitar tiga sampai empat hari untuk mengolah aron karena jagung putih setelah dipipil harus direndam terlebih dahulu sampai jagung itu lunak. Setelah jagung kering dan mengeras kemudian direndam sampai istilahnya membusuk. Terus akhirnya timbul butiran berupa tepung, ditumbuk terus jadi tepung aron. Habis itu dimasak sebanyak dua kali proses masak.

Setelah aron dimasak, diangkat masih berupa batangan tepung seperti garam bata. Setelah itu didinginkan kemudian dihancurkan dan dijadikan seperti nasi. Habis itu dimasak lagi supaya matang baru bisa dikonsumsi dengan sayur, lalu dipanggang di api. Itulah yang disebut aron. Itu yang membuat orang sini itu kurang telaten dan enggan untuk mengolah aron.” (Wawancara dengan Bapak Subur, kepala Resort Tengger Laut Pasir pada hari Selasa, 25 April 2017 pukul 11.30 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, nasi aron diproses selama 3 (tiga) sampai 4 (empat) hari. Cara membuatnya yang pertama adalah jagung dipipil dan direndam hingga membusuk. Setelah membusuk dan timbul butiran tepung, butiran tepung tersebut diangkat kemudian ditumbuk hingga halus menjadi tepung. Tepung aron kemudian dimasak 2 (dua) kali hingga menjadi batang aron dan dinginkan. Setelah didinginkan, tepung aron dihancurkan menjadi seperti butiran nasi dan dimasak kemudian dipanggang. Nasi aron dapat dinikmati dengan sayur. Proses yang panjang membuat warga di sekitar kawasan TNBTS enggan mengolah aron.



Gambar 4.13: Jagung Putih yang Sudah Dipipil Siap Untuk Direndam  
*Sumber: Detik Food, 2016*

Faktor penghambat penyediaan kuliner di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru berikutnya adalah dilihat dari segi penjual makanan atau penyedia kuliner yang ada di kawasan TNBTS. Penjual makanan kesulitan untuk mendapatkan air karena tidak ada sumber air di sekitar tempat mereka berjualan. Mereka harus membawa air yang diisi ke dalam jeriken setiap hari dari rumah ke tempat berjualannya.

“Yang sulit air, paling sulit itu. Di sekitar tempat ini adalah hutan jadi tidak ada sumber mata air. Air yang dialirkan ke kran melewati selang juga tidak ada. Jadi setiap pagi saya membawa naik motor, airnya diisi kedalam jeriken.” (Wawancara dengan Bapak Ji, penjual makanan pada hari Sabtu, 18 Maret 2017 pukul 05.25 WIB).

Menurut hasil wawancara di atas, penjual makanan menyebutkan bahwa air yang sulit untuk didapat menjadi faktor penghambat bagi mereka untuk berjualan. Di sekitar tempat mereka berjualan adalah hutan yang sulit untuk membangun saluran air yang dialirkan ke kran. Penjual makanan yang membutuhkan air harus membawa air yang diisi ke dalam jeriken dengan sepeda motor setiap pagi ketika akan berangkat untuk berjualan.

Pengelola Resort Tengger Laut Pasir tidak menyediakan fasilitas air dalam menunjang kegiatan usaha makanan dan minuman di kawasan laut pasir. Hal tersebut dilakukan untuk membatasi agar keadaan lingkungan di kawasan laut pasir lestari. Laut pasir berfungsi sebagai penampung air hujan untuk dikeluarkan di sumber yang ada di Malang, Pasuruan, Probolinggo dan Lumajang. Oleh karena itu laut pasir harus tetap lestari.

“Memang dibuat seperti itu, supaya mereka kurang betah. Kalau pipa air yang mas liat itu buat ke kantor. Kalau semuanya kita fasilitasi di situ, mereka akan tinggal disana, beranak pinak disana. Kalau laut pasir sudah menjadi semacam kampung, apa kata dunia. Ada air, ada listrik betah mereka. Laut pasir itu berfungsi sebagai tandon air raksasa dibawahnya. Hujan terus menerus muaranya di laut pasir, akhirnya keluar di sekitar rumah sini mas, yang saya minum itu adalah sumber air dari Bromo.” (Wawancara dengan Bapak Subur, kepala Resort Tengger Laut Pasir pada hari Selasa, 25 April 2017 pukul 11.30 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa pengelola Resort Tengger Laut Pasir menjadikan keadaan demikian supaya pemilik warung tidak berlebihan dalam membangun usahanya di laut pasir. Jika fasilitas air dan listrik diberikan, kekhawatiran pengelola adalah akan terjadi pemukiman di laut pasir karena pemilik warung merasa betah untuk tinggal di sana. Laut pasir harus lestari karena di bawah laut pasir merupakan tandon air. Airnya meresap ke lapisan tanah dan keluar di pemukiman sekitar TNBTS.

### **3. Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Kuliner yang tersedia di kawasan TNBTS memiliki peran dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS. Peran tersebut beragam bentuknya, ada yang cukup berkontribusi dalam peningkatan citra dan ada yang belum berkontribusi secara maksimal. Bentuk peran tersebut disebutkan dengan alasan yang telah disebutkan oleh informan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada pengelola Resort Tengger Laut Pasir, biro perjalanan, dan wisatawan.

Penilaian peran pertama dengan mewawancarai pengusaha biro perjalanan bahwa peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS cukup berkontribusi dalam peningkatan citra. Hal tersebut karena wisatawan merasa puas setelah menikmati kuliner yang disajikan. Hampir semua wisatawan yang telah menikmati kuliner merasa puas dan ingin menikmatinya kembali. Wisatawan berbagi pengalaman ketika kembali ke daerah asalnya. Makanan yang disajikan di sekitar kawasan TNBTS dapat membangkitkan *mood* ketika tidak mendapatkan momen *sunrise*.

“Kalau bagi saya sendiri cukup berkontribusi, orang bisa melihat makanan yang berbeda dan tertarik untuk ingin pergi ke sana. Dan rata-rata ketika makan di sana itu mereka puas. Bisa dikatakan sekitar 95 persen yang makan di situ itu puas dan *repeat order*. Mereka pulang ke Jakarta puas dan cerita. Makanan di sana salah satu nilai jual bagi saya. Makanan itu juga bisa buat pengganti *sunrise* lah istilahnya. Jadi orang kalau tidak dapat *sunrise* bisa lupa setelah makan.” (Wawancara dengan Bapak Joko, biro perjalanan Anggada Indonesia pada hari Senin, 20 Maret 2017 pukul 09.32 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peran kuliner di TNBTS cukup berkontribusi dalam meningkatkan citra menurut pengusaha biro perjalanan. Hal tersebut dikarenakan makanan yang disajikan terlihat berbeda dan membuat orang ingin pergi ke TNBTS untuk berwisata. Hampir semua wisatawan yang menikmati kuliner merasa puas dan ingin mengulangi kunjungannya ke TNBTS. Ketika wisatawan kembali ke daerah asal mereka menceritakan pengalaman berwisatanya kepada sanak saudara serta kerabatnya. Makanan menjadi nilai jual bagi biro perjalanan. Selain itu makanan juga bisa membangkitkan *mood* wisatawan yang kecewa karena tidak mendapatkan *sunrise* ketika mengunjungi TNBTS.

Penilaian berikutnya adalah peran kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru belum berkontribusi secara maksimal. Penyebabnya adalah masih banyak faktor penghambat dalam meningkatkan citra melalui kuliner. Salah satu masalahnya adalah sampah. Pengelola destinasi harus memiliki pengelolaan yang baik. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki peluang untuk meningkatkan citra melalui kulinernya yang beragam.

“Kalau dibilang signifikan tidak juga, karena kalau dilihat masih banyak sampah jadi tidak enak dilihat ketika makan. Ya lebih ke pengelolaannya, sayang sekali tempat wisata yang bagus seperti ini. Sebenarnya kalau mau ditingkatkan citranya dari kuliner ya bisa mas. Maksudnya dari segi jenis makanannya itu banyak macamnya. Makanannya juga enak, saya kemaren makan di *homestay* juga enak. Jadi bisa sekali kalau mau meningkatkan citra lewat kuliner, apalagi dari ragam makanan sama *view* nya itu bisa sekali meningkatkan citranya. Tapi kalo sekarang masih belum” (Wawancara dengan Seri wisatawan asal Samarinda pada hari Senin, 22 Mei 2017 pukul 09.50 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS belum berkontribusi secara maksimal. Hal tersebut dikarenakan masih banyak terdapat sampah yang tidak sedap dipandang. Pengelola destinasi pariwisata harus memiliki tata kelola yang baik terhadap kuliner terutama masalah sampah. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah destinasi pariwisata yang memiliki potensi kuliner yang beragam dengan pemandangan alam yang mempesona. Kuliner tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru itu sendiri. Menurut wisatawan tersebut untuk saat ini peran kuliner masih belum signifikan dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS belum berkontribusi secara maksimal. Hal tersebut dikarenakan masih banyak terdapat hambatan dalam proses konsumsi kuliner mulai dari pembuatan, penyajian dan penjualan. Kuliner yang ada disajikan di kawasan laut pasir secara umum. Meningkatkan kualitas kuliner dapat melalui tempat makan yang berada di kawasan Cemorolawang. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan kerjasama.

“Peran kuliner di situ belum ada. Kuliner yang di Bromo itu masih kuliner secara umum yang disajikan warung-warung di bawah. Jadi kuliner yang spesifik untuk Bromo belum ada. Itu tadi kendalanya seperti wisatawan sendiri belum biasa untuk makan itu. Prosesnya dan nilai ekonomisnya juga. Sudah buatnya susah dan dijual juga tidak dimakan. Itu yang membuat masyarakat enggan. Kalau ingin meningkatkan kuliner di sini itu bisa di Cemorolawang, karena dari segi kebersihan juga terjamin, air juga ada, tempat juga representatif. Tetapi itu tugasnya dari Kementerian Pariwisata, bersinergi.” (Wawancara dengan Bapak Subur, kepala Resort Tengger Laut Pasir pada hari Selasa, 25 April 2017 pukul 11.30 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara kepada kepala Resort Tengger Laut Pasir diketahui bahwa peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS menurut belum berkontribusi secara maksimal. Hal tersebut dikarenakan kuliner yang ada di kawasan Gunung Bromo hanya secara umum dan tidak terdapat kuliner spesifik yang disajikan. Terdapat kendala dalam menyajikan kuliner spesifik seperti wisatawan yang kurang memahami cara konsumsi, proses pembuatan yang lama, dan nilai ekonomis. Meningkatkan kualitas kuliner yang disajikan dapat melalui warung yang berada di Cemorolawang karena kebersihannya terjaga, air tersedia serta tempatnya sudah representatif. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan sinergitas antara Balai Besar TNBTS dengan Kementerian Pariwisata.



Gambar 4.14: Warung Representatif yang Berada di Kawasan Cemorolawang  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017*

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner yang Disajikan di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Persepsi merupakan suatu proses dari individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan untuk memberikan pengertian terkait dengan apa yang ada di sekelilingnya (Robins dan Judge, 2015:103). Setiap wisatawan yang mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) dan menikmati kuliner di sana pasti memiliki persepsi terhadap kuliner yang disajikan. Kuliner yang disajikan beragam dan tempat menjualnya juga beragam. Hal tersebut menjadi pilihan bagi wisatawan dan menimbulkan persepsi yang berbeda bagi wisatawan yang menikmati kuliner di kawasan TNBTS.

Hasil penelitian diperoleh dengan mewawancarai wisatawan yang tinggal di lingkungan kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru selama 3 (tiga) hari. Wisatawan yang tinggal lebih dari 1 (satu) hari akan mengonsumsi makanan lebih banyak dan menu makanan yang berbeda setiap harinya, dengan begitu akan didapatkan data berupa persepsi wisatawan yang relevan. Persepsi yang pertama adalah suasana pegunungan yang dingin ketika menikmati makanan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Menu masakan yang dimakan akan terasa begitu nikmat apabila disajikan dengan situasi yang tepat dan suasana yang mendekati dengan makanan yang dimakan (Cahyono, 2000).

Suasana pegunungan yang dingin akan membuat wisatawan betah untuk beraktifitas dan berwisata di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Setelah beraktifitas seperti mendaki puncak Gunung Bromo atau berkuda, wisatawan akan merasa lelah dan butuh asupan energi. Wisatawan mengonsumsi makanan yang tersedia di warung atau di tempat mereka menginap untuk memberikan suplai energi bagi tubuh. Menikmati makanan hangat seperti bakso dan nasi rawon dengan suasana pegunungan yang dingin akan memberikan kenikmatan tersendiri bagi wisatawan. Cita rasa makanan yang enak, pemandangan yang indah dan suasana yang dingin dapat menggugah selera ketika makan. Menikmati makanan dengan suasana tersebut tidak dapat diperoleh di tempat lain ataupun di kota lain seperti Jakarta. Hal tersebut adalah kegiatan menikmati kuliner baru bagi wisatawan yang berasal dari luar Jawa Timur.

Persepsi yang kedua adalah tampilan cara penyajian kuliner yang disajikan di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Menurut Suhardjo dalam Rahmadani (2000) cara penyajian makanan dapat memanfaatkan alat atau peralatan masak yang berteknologi dan disajikan cepat dan menarik. Cara penyajian yang dilakukan oleh penyedia kuliner di kawasan laut pasir belum menarik wisatawan untuk mengonsumsi. Cara penyajian masih dilakukan sederhana dengan alat makan berupa kertas nasi, diberi alas piring serta tidak ditata dengan baik. Penyajian makanan seperti ini adalah penyajian makanan yang praktis tetapi tidak membangkitkan selera makan wisatawan.

Pada destinasi pariwisata lain seperti Taman Nasional Gunung Rinjani (TNGR), menurut wisatawan yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan bahwa cara penyajian makanan di TNGR lebih membangkitkan selera makan. Cara penyajian makanan di TNGR adalah mencetak nasi goreng dengan bentuk tertentu kemudian ditaruh di piring dan lauknya ditata rapi. Jus semangka yang disajikan diberi *garnish* potongan buah semangka. TNBTS dan TNGR memiliki kendala sama yaitu jarak dari rumah penyedia kuliner yang jauh, namun hal tersebut tidak menjadi alasan untuk menyajikan dengan menarik. Destinasi pariwisata alam seperti TNBTS dan TNGR yang setiap hari didatangi ratusan wisatawan harus bisa melayani wisatawan dengan baik. Salah satu upayanya adalah dalam penyajian makanan yang menarik.

Menurut Maryati (2000:65) hidangan yang disajikan dengan cara menarik sudah dapat menimbulkan nafsu makan wisatawan untuk mengonsumsi walaupun rasanya belum tentu enak. Kuliner yang disajikan di kawasan TNBTS memiliki cita rasa makanan yang enak, jika didukung dengan penyajian makanan yang menarik dapat meningkatkan nilai jual dan dapat bersaing dengan produk lain. Kuliner yang disajikan secara menarik akan memuaskan wisatawan yang datang ke TNBTS.

Menurut Toha (2003) persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain meskipun situasinya sama. Perbedaan tersebut dapat ditelusuri dari kepribadian dan motivasi serta faktor lain berupa pengalaman, proses belajar dan pengetahuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dari 2 (dua) wisatawan yang di wawancarai oleh peneliti berbeda. Wisatawan pertama mempunyai persepsi positif terhadap kuliner yang disajikan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Persepsi positifnya adalah suasana pegunungan yang dingin dapat meningkatkan nafsu makan. Sedangkan menurut persepsi wisatawan kedua yang di wawancarai oleh peneliti memiliki persepsi kurang baik terhadap kuliner yang disajikan. Persepsi tersebut ialah tentang cara penyajian yang kurang menarik. Persepsi wisatawan kedua timbul karena wisatawan tersebut sebelumnya pernah menikmati sajian kuliner dengan cara penyajian yang lebih menarik. Tempat dan suasananya hampir sama dengan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yaitu Taman Nasional Gunung Rinjani, berada di destinasi pariwisata alam dengan suasana pegunungan yang dingin.

Dari kedua persepsi wisatawan tersebut diketahui bahwa persepsi dipengaruhi oleh pengalaman. Pengalaman wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata dapat membentuk citra suatu destinasi pariwisata tersebut. Salah satu faktor tahapan pembentukan citra menurut Gunn dalam Ross (1998:114-115) adalah himpunan gambaran dalam pikiran tentang pengalaman berlibur.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Terdapat pada Kuliner di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

### **a. Faktor Pendukung**

Peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) di dalamnya terdapat faktor pendukung. Faktor pendukung tersebut dapat membantu penyedia kuliner untuk memuaskan wisatawan. Kepuasan wisatawan akan meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS. Citra destinasi terbentuk dari pengalaman atau fakta sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi pariwisata (Pitana dan Diarta 2009:131). Berdasarkan dari hasil penelitian dengan data yang diperoleh, faktor pendukung peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS ada 4 (empat). Pertama adalah rasa makanan, yang kedua adalah bahan makanan yang digunakan, kemudian pemandangan alam TNBTS dan yang terakhir adalah perizinan pendirian usaha jasa makanan dan minuman.

Rasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan indra terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam terhadap indra pengecap, atau panas, dingin, nyeri terhadap indra perasa. Makanan adalah setiap benda padat atau cair yang apabila ditelan akan memberi suplai energi kepada tubuh untuk pertumbuhan atau berfungsinya tubuh (Rejeki, 2015:73). Rasa makanan adalah tanggapan indra terhadap benda padat atau cair yang masuk ke dalam tubuh untuk memberikan manfaat baik bagi tubuh. Rasa makanan dapat dirasakan oleh indra pengecap (lidah) dan aroma makanannya dapat dicium melalui indra penciuman (hidung).

Faktor yang dapat mempengaruhi penilaian cita rasa terhadap makanan adalah dari makanan itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Suharna et al., (1995) bahwa peningkatan nilai konsumen yang mempengaruhi tingkat konsumsi makanan hampir dipengaruhi oleh aroma dari makanan (Rahmadani, 2000). Wisatawan mancanegara menikmati sate dipengaruhi dengan aroma dari daging ayam yang dibakar dengan siraman bumbu kacang. Aroma makanan dapat menambah kenikmatan saat menikmati sebuah sajian makanan. Sate dengan bumbu kacang tidak ditemukan di negara asal wisatawan mancanegara tersebut.

Menurut Boyne et al., (2002) bagi wisatawan proses mengonsumsi makanan merupakan unsur sosial dan pengalaman penting bagi mereka. Mencoba makanan baru di suatu destinasi adalah sebuah pengalaman baru

dalam kegiatan berpergiannya. Wisatawan yang berasal dari luar Jawa Timur menikmati menu tradisional yang ada disajikan oleh pengelola *homestay* di sekitar kawasan TNBTS. Menu tradisional yang dimasak oleh pengelola *homestay* seperti sayur lodeh, sayur ranti, sayur semen, ikan asin, sambal cabai bromo, sawut, dan nasi aron. Sayur ranti adalah sayur yang bahan bakunya diperoleh dari daun yang tumbuh di hutan sekitar kawasan TNBTS. Sayur semen adalah sayur kubis dari hasil tumbuh semainya setelah dipanen dan berwarna kehijau-hijauan. Nasi aron adalah nasi yang berasal dari bahan baku jagung putih yang diolah kemudian ditambahkan dengan sayur dan lauk.

Faktor pendukung yang kedua adalah penggunaan bahan makanan. Bahan baku makanan yang segar adalah bahan makanan yang belum ditumbuhi oleh mikroorganisme patogen dan belum terjadi pembentukan toksin (Rejeki, 2015:75). Pengangkutan bahan makanan perlu diatur waktunya agar tidak ditumbuhi oleh bakteri. Bahan makanan yang belum ditumbuhi oleh bakteri terasa berbeda ketika dikonsumsi oleh wisatawan. Kuliner dengan bahan yang tidak segar akan memiliki cita rasa kurang nikmat. Bahan makanan diperoleh oleh pengelola *homestay* secara *fresh* untuk menjaga kesegarannya.

Bahan makanan dipengaruhi oleh lingkungan dan teknologi yang dikelola oleh masyarakat (Suhardjo dalam Rahmadani, 2000). Keadaan lingkungan seperti kesuburan tanah, ketersediaan air, dan iklim di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sangat mendukung dalam penyediaan bahan

makanan. Teknologi pertanian seperti sistem terasering penanaman di lahan miring dan pengairan yang digunakan masyarakat di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru juga berpengaruh dalam menghasilkan bahan makanan yang berkualitas. Bahan makanan berupa kentang dan bawang serta bumbu masakan lain seperti cabai besar bromo, dapat dengan mudah diambil langsung dari ladang pengelola *homestay*. Bahan masakan yang tidak ada di ladang seperti sayur dan ayam diperoleh dengan membeli ke pasar di pagi hari. Semua bahan tersebut tidak disimpan di kulkas untuk digunakan keesokan harinya.

Setelah semua bahan makanan dan bumbu diperoleh pada pagi hari kemudian dimasak oleh pengelola *homestay* di pagi hari itu juga. Sesudah dimasak, kemudian makanan disajikan kepada wisatawan sesuai porsinya. Tidak ada sisa bahan makanan yang diolah untuk waktu makan berikutnya. Jika tidak ada wisatawan yang memesan untuk makan maka pengelola *homestay* tidak mencari bahan makanan ke ladang maupun ke pasar. Alur masuknya bahan yang akan diolah dapat menentukan kualitas dan kuantitas makanan yang dihasilkan.

Faktor pendukung yang ketiga adalah pemandangan alam yang ada di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Pariwisata menawarkan kekayaan alam berupa tata letak dan pemandangan alam mulai pegunungan yang berpanorama indah, hutan lebat, dan pantai (Wahab, 2003:109).

Pemandangan alam TNBTS juga berbeda dengan pemandangan destinasi pariwisata alam lainnya. Di TNBTS wisatawan dapat melihat Gunung Bromo dan Gunung Batok dengan latar belakang Gunung Semeru dan hamparan laut pasirnya. Pemandangan yang dilihat dari Gunung Penanjakan seperti diorama raksasa terutama saat *sunrise*.

Keindahan alam memiliki tujuan untuk memperoleh hasil yang memuaskan dari pengembangan pariwisata yang dilakukan (Prasiasa, 2011:109). Menikmati sajian kuliner dengan melihat pemandangan akan membuat nyaman wisatawan karena makanan yang dinikmati rasanya menjadi lebih enak. Pemandangan indah yang berbeda ketika menikmati kuliner di kota akan menimbulkan kesan baik bagi wisatawan. Hal tersebut yang dirasakan oleh wisatawan saat mengunjungi dan menikmati kuliner yang disajikan di kawasan TNBTS.

Faktor pendukung yang keempat adalah perizinan pendirian usaha jasa makanan dan minuman oleh pengelola Resort Tengger Laut Pasir TNBTS. Pemerintah memberikan izin pengelolaan lingkungan dan berkaitan dengan prinsip kekuasaan negara atas semua sumber daya alam demi kepentingan orang banyak (Helmi, 2012:26). Dalam hal ini bentuk perizinannya adalah dispensasi bagi masyarakat sekitar kawasan TNBTS untuk membuka usaha jasa makanan di kawasan Resort Tengger Laut Pasir. Hal tersebut dilakukan untuk kepentingan bersama yaitu kepentingan dalam kegiatan pariwisata.

Bentuk perizinan yang diberikan oleh Pengelola Resort Tengger Laut Pasir adalah merevisi zonasi. Kawasan laut pasir dahulu adalah zona rimba yang berarti hanya orang tertentu yang telah memiliki izin masuk untuk memasuki kawasan tersebut. Seiring dengan kegiatan pariwisata dan kepentingan masyarakat maka dilakukan revisi zonasi. Sebelumnya adalah zona rimba kemudian direvisi menjadi zona khusus. Pengelola Resort Tengger Laut Pasir menjadikan area di sekitar parkir mobil sebagai tempat untuk masyarakat dalam mengelola usaha jasa makanan dan minuman. Pengelola usaha jasa makanan dan minuman ditempatkan di tempat yang cukup strategis untuk mendirikan warung dan berjualan di sana.

Menurut Hafsah (2004) pemerintah perlu mengupayakan iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perizinan. Pemilik warung berada di kawasan laut pasir merasa senang karena sudah diberikan izin dan tempat untuk berjualan. Tempat yang diberikan juga strategis karena merupakan titik berkumpulnya wisatawan. Wisatawan setelah menikmati *sunrise* di Gunung Penanjakan kemudian menuju laut pasir dan memarkir kendaraannya di area yang menjadi satu dengan warung. Penjual makanan dapat berjualan dengan tenang tanpa ada rasa takut tempat berjualannya dibongkar oleh pengelola Resort Tengger Laut Pasir.

**b. Faktor Penghambat**

Selain faktor pendukung, faktor penghambat juga terdapat pada peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Faktor penghambat dapat menghalangi dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru jika terus berlanjut. Faktor penghambat perlu disikapi dengan bijak oleh pengelola destinasi dan penyedia kuliner agar ditemukan solusinya. Hasil penelitian mendapatkan ada 5 (lima) faktor penghambat. Pertama adalah dari sumber daya manusia, kedua adalah penetapan harga, ketiga adalah kesehatan dan kebersihan, kemudian adalah proses pengolahan makanan, dan yang terakhir adalah penyediaan air.

Faktor penghambat yang pertama adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia diharapkan dapat menghasilkan produk makanan yang sesuai dengan keinginan wisatawan dan memiliki keunggulan kualitas (Bartono dan Ruffino, 2005:28). Hasil penelitian menemukan bahwa tidak semua masyarakat yang ada di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru paham tentang konsep wisata dan cara yang baik dalam melayani wisatawan. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi karena manusia atau orang tersebut yang berinteraksi dan berhubungan langsung dengan wisatawan.

Sumber daya manusia pariwisata adalah semua orang yang terlibat tenaga dan pikirannya dalam usaha dan jasa pariwisata demi terwujudnya kesejahteraan yang seimbang dan berkelanjutan (Sunaryo, 2013:201). Dalam hal ini yang menjadi sumber daya manusia adalah masyarakat sekitar kawasan TNBTS sebagai pengelola usaha dan jasa pariwisata. Warga di sekitar kawasan TNBTS dapat mengolah bahan makanan menjadi makanan yang enak tetapi tidak semua dari mereka mengerti tentang konsep wisata dan selera wisatawan. Cara melayani wisatawan juga belum dipahami dengan baik. Dengan kata lain masyarakat di sekitar kawasan TNBTS belum sadar wisata. Masyarakat sadar wisata mempunyai arti sebagai masyarakat yang mengetahui dan menyadari apa yang dikerjakan dan masalah yang dihadapi untuk membangun pariwisata (Suwanto, 2004:29).

Masyarakat di sekitar kawasan TNBTS tidak semua mengetahui tentang konsep wisata karena mereka memiliki sedikit waktu untuk bekerja di bidang pariwisata. Sebagian besar dari mereka adalah petani. Menjadi pekerja di bidang pariwisata seperti menjadi sopir jeep dan pedagang makanan adalah pekerjaan tambahan. Waktu yang dihabiskan untuk bekerja di ladang lebih banyak dari pada waktu yang dihabiskan untuk bekerja pada industri pariwisata. Pariwisata memiliki peluang besar tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal. Hanya sebagian masyarakat yang paham dengan konsep wisata dan mengerti selera wisatawan dalam mengelola *homestay* dan menyajikan makanan

Kualitas pelayanan masyarakat yang melayani wisatawan dalam bidang kuliner juga dirasa kurang oleh wisatawan. Menurut Goodman (2002:2) sedapat mungkin para tamu segera dilayani ketika memesan. Hal tersebut seringkali dipahami sebagai perhatian dalam pelayanan. Hasil penelitian menyebutkan yang terjadi pada tempat makan di kawasan TNBTS adalah wisatawan yang datang tidak disambut dan dipersilakan dengan baik. Masyarakat sebagai pedagang atau pelayan di kawasan TNBTS hanya melayani seperti berjualan di tempat biasa bukan berjualan pada suatu destinasi pariwisata. Kegiatan pariwisata yang diutamakan adalah *hospitality* atau keramah tamahan. Contohnya adalah ketika wisatawan memasuki tempat makan, pelayan tidak siap melayani wisatawan.

Masyarakat sebagai pedagang atau yang melayani wisatawan harus bekerja dengan kompeten. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam bidang kuliner di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang paling tepat menurut Sunaryo (2013:202-203) adalah pelatihan. Dengan adanya kesadaran ini maka akan mendorong masyarakat untuk berperan serta dalam pembangunan pariwisata. Pelatihan dipilih karena sesuai kondisi dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dalam menghadapi persaingan sebagai 10 destinasi prioritas. Proses kegiatan pelatihan pada dasarnya adalah suatu proses dimana sumber daya manusia akan mendapatkan kapabilitas dalam rangka untuk mempercepat pencapaian tujuan organisasi.

Faktor penghambat yang kedua adalah penetapan harga yang dilakukan oleh pengelola usaha jasa makanan dan minuman. Kebijakan penetapan harga adalah salah satu aspek dari desain terpadu untuk membangun citra di benak wisatawan (Sunaryo, 2013:174). Hasil penelitian mendapatkan bahwa nilai yang dibayar untuk menikmati nasi rawon dan kopi dirasakan sedikit lebih mahal oleh wisatawan. Terdapat perbedaan harga lebih tinggi dari warung pada umumnya yang berada di perkotaan. Wisatawan yang berprofesi sebagai mahasiswa harus mengeluarkan Rp 15.000 untuk sepiring nasi rawon dan Rp 5.000 untuk segelas kopi. Menurut wisatawan yang diwawancarai oleh peneliti, di tempat lain dengan menu yang sama bisa didapatkan dengan harga yang lebih murah.

Menurut Sunyoto (2013:137) penetapan harga disesuaikan dengan kondisi masyarakat atau konsumen. Kondisi masyarakat sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang mengelola usaha jasa makanan dan minuman memiliki tempat tinggal yang cukup jauh dari tempat usahanya. Mengangkut bahan makanan dan peralatan masak membutuhkan biaya transportasi lebih. Konsumen yang datang adalah wisatawan. Persepsi masyarakat kepada wisatawan yang datang adalah bahwa wisatawan itu membawa uang banyak untuk dibelanjakan pada destinasi yang mereka tuju. Hubungan antara masyarakat dengan wisatawan yang datang akan menyebabkan komersialisasi (Greenwood dalam Pitana dan Gayatri, 2005:83).

Pengelola usaha jasa makanan dan minuman perlu melakukan penetapan harga karena dengan harga barang atau jasa yang rendah dapat laku di pasaran (Sunarya et al., 2011:241). Penetapan harga dapat dilakukan sesuai dengan modal dan kondisi yang terjadi di TNBTS. Harga rendah tetapi masih terdapat margin keuntungan, menjadikan usaha jasa makanan dan minuman dapat bertahan hidup. Harga yang tinggi akan membuat wisatawan kecewa dan tidak akan melakukan pembelian ulang. Pemasangan daftar harga juga perlu dilakukan agar wisatawan tidak merasa tertipu setelah membayar.

Faktor penghambat selanjutnya adalah kesehatan dan kebersihan. Prinsip hygiene dan sanitasi makanan adalah pengendalian terhadap empat faktor penyehatan makanan yaitu faktor tempat, peralatan, orang, dan bahan makanan (Rejeki, 2015:74). Pengelola usaha jasa makanan dan minuman yang terdapat di kawasan TNBTS belum maksimal dalam menjaga kebersihan diri, alat masak, tempat, dan makanan itu sendiri. Di sekitar tempat makan masih terdapat sampah yang berserakan karena tempat sampah yang kurang memadai. Sampah juga bersumber dari kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan. Kebersihan peralatan makanan kurang diperhatikan karena peralatan makan seperti piring dan sendok disimpan di tempat yang tidak tertutup. Cara menyajikan makanan juga dibiarkan terbuka, tidak ditutup dengan tudung saji. Hal tersebut dapat dengan mudah bercampur dengan debu pasir yang berterbangan.

Kebersihan lingkungan sekitar tempat makan yang berada di laut pasir belum terjaga. Kawasan laut pasir merupakan titik berkumpulnya wisatawan. Wisatawan yang berlalu lalang disekitar tempat makan menyebabkan debu berterbangan karena terjadi gesekan alas kaki dengan tanah yang mengandung pasir. Debu pasir tersebut terbang terbawa angin, tercampur dengan makanan yang disajikan dan peralatan makannya. Tempat yang terbuka tidak ada dinding dan hanya ada atap berupa terpal membuat wisatawan kurang nyaman untuk makan di tempat seperti itu. Selain itu kotoran kuda yang berserakan dan tidak dibersihkan menjadi tidak enak dilihat oleh mata serta berpotensi memunculkan bibit penyakit.

Sampah adalah segala hal yang tidak diinginkan orang lain, contohnya berupa sisa makanan, kertas, plastik, botol dan lain-lain. Sampah ada yang berupa limbah padat dan limbah cair misalnya limbah dari dapur (Rejeki, 2015:30). Warung di laut pasir yang beroperasi menghasilkan limbah cair seperti air sabun bekas cucian piring dan minyak goreng yang dibuang karena sudah tidak terpakai. Limbah padat yang dihasilkan berupa plastik bungkus dan sisa makanan. Sisa makanan yang terbuang dan sampah lainnya akan memiliki banyak kuman parasit. Sampah yang terlalu lama dan membusuk akan menyebabkan bau yang tidak sedap berakibat mengurangi nafsu makan wisatawan. Limbah padat berupa kayu, kaleng dan pecahan botol kaca yang berserakan berpotensi melukai wisatawan.

Lingkungan di kawasan Resort Tengger Laut Pasir akan tercemar oleh limbah padat dan cair hasil warung yang beroperasi. Agar tidak tercemar menurut Rejeki (2005:38-39), penanganan sampah dapat dilakukan dengan membuang sampah sesegera mungkin dan mengangkutnya ke tempat pembuangan akhir. Sampah sisa makanan dibungkus erat dengan kertas sebelum dimasukkan ke dalam tempat sampah. Sampah yang dibiarkan menumpuk akan menimbulkan bibit penyakit. Makanan yang tercemar oleh bakteri dan kuman jika dikonsumsi oleh wisatawan akan menyebabkan penyakit pencernaan bagi wisatawan. Hal tersebut dapat menimbulkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang kurang baik di mata wisatawan.

Selain menjaga kebersihan lingkungan tempat makan, pengelola usaha makanan dan minuman juga harus menjaga kebersihan peralatan pengolahan makanan seperti wajan, panci, piring, sendok dan gelas. Dengan menjaga kebersihan peralatan makan maka akan menghasilkan makanan yang bersih, sehat dan mencegah makanan terkontaminasi oleh bakteri. Cara untuk mencuci peralatan pengolahan makanan menurut Rejeki (2005:82-83) adalah yang pertama memisahkan sisa makanan, kedua mengguyur dengan air bersih, ketiga memberi cairan sabun pembersih, keempat membilas dengan air bersih, kelima dipanaskan di oven atau di bawah sinar matahari, dan yang terakhir mengeringkan dengan kain atau handuk.

Faktor penghambat yang keempat adalah proses pengolahan kuliner tradisional Suku Tengger yaitu nasi aron. Pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap saji bertujuan untuk memudahkan pencernaan, menambahkan rasa, meningkatkan wujud dari makanan yang akan dimasak dan meningkatkan penampilan makanan tersebut (Rejeki, 2015:60). Hasil proses pengolahan nasi aron sedikit sulit untuk dikonsumsi karena mengandung banyak serat. Pengetahuan wisatawan tentang cara memakannya juga belum diketahui dengan baik.

Proses pembuatan yang lama sekitar 3 (tiga) hingga 4 (empat) hari dengan proses yang cukup rumit membuat penyedia kuliner di kawasan TNBTS enggan dan kurang cermat dalam mengolahnya. Tahapan prosesnya yang pertama adalah jagung putih yang sudah dipipil, direndam hingga membusuk kemudian setelah itu akan timbul butiran tepung. Butiran tepung ditumbuk hingga halus dan menjadi tepung aron. Tepung aron kemudian dimasak 2 (dua) kali menjadi batang aron yang keras. Setelah batang aron dingin selanjutnya di hancurkan hingga menyerupai butiran nasi kemudian dipanggang. Nasi aron yang telah matang dapat dinikmati bersama sayur dan lauk pauk. Proses pengolahan nasi aron yang membutuhkan waktu lama membuat masyarakat di sekitar kawasan TNBTS enggan mengolahnya. Wisatawan juga belum mengetahui cara mengonsumsi nasi aron. Nasi aron mengandung banyak serat, jika tidak tahu cara mengonsumsinya maka akan tersedak.

Faktor penghambat yang kelima adalah penyediaan air. Air merupakan salah satu kebutuhan pokok sehari-hari makhluk hidup di dunia ini yang tak terpisahkan (Rejeki, 2015:12). Penggunaan air oleh pengelola usaha jasa makanan dan minuman sangatlah penting. Mereka menggunakan air untuk mencuci peralatan masak. Air juga digunakan untuk keperluan menyajikan konsumsi wisatawan seperti menyeduh kopi atau teh yang dinikmati oleh wisatawan. Hasil penelitian menemukan bahwa tidak tersedianya air menjadi penghambat karena prasarana penyediaan air tidak dibangun untuk menghubungkan dari sumber air ke tempat penyaluran air. Di sekitar tempat penyedia kuliner berjualan adalah hutan dan kawasan laut pasir, sulit untuk membangun saluran air di sana tanpa ada izin dari TNBTS. Pengelola usaha jasa makanan dan minuman yang membutuhkan air setiap pagi membawa air menggunakan jeriken dan diangkut dengan sepeda motor.

Hasil penelitian menyatakan bahwa sulitnya mendapatkan air dibuat demikian oleh pengelola Resort Tengger Laut Pasir. Hal tersebut dilakukan sebagai batasan agar lingkungan laut pasir tetap lestari. Jika kebutuhan air terpenuhi dengan mudah maka ada kemungkinan pemilik warung di kawasan laut pasir tinggal dan berjualan selama 24 jam. Kekhawatiran pengelola Resort Tengger Laut Pasir, jika mereka sudah betah maka akan terbentuk suatu pemukiman yang mengganggu keadaan lingkungan kawasan laut pasir. Pemukiman akan membuat kawasan laut pasir tidak lestari.

### **3. Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Kuliner yang tersaji di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) memiliki berbagai macam jenis mulai dari kuliner umum hingga kuliner tradisional Suku Tengger. Kuliner bisa dinikmati di beberapa tempat seperti di warung dan *homestay*. Kuliner yang memiliki peran dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata, termasuk kuliner yang ada di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Hasil penelitian menunjukkan setelah peneliti melakukan wawancara dengan pemilik biro perjalanan bahwa peran kuliner Taman Nasional Bromo Tengger Semeru cukup berkontribusi dalam peningkatan citra. Hasil wawancara lain menunjukkan perbedaan, bahwa peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru belum berkontribusi secara maksimal.

Penilaian pertama oleh pengelola biro perjalanan terhadap peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah cukup berkontribusi dalam peningkatan citra. Informan memberikan alasan karena makanan yang disajikan memiliki cita rasa yang enak, penggunaan bahan yang segar, dan rasa yang berbeda bagi wisatawan yang berasal dari luar Jawa Timur. Faktor-faktor tersebut yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Menurut pengusaha biro perjalanan wisatawan setelah mengunjungi dan menikmati kuliner di kawasan TNBTS merasa puas dan ingin mengulang kunjungannya. Mereka puas dengan cita rasa dari masakan yang disajikan oleh pengelola *homestay* dengan menggunakan bahan yang masih segar. Sutisna (2003:48) mengatakan bahwa konsumen yang melakukan pembelian secara berulang maka konsumen tersebut mempunyai keterlibatan tinggi dalam proses pembeliannya dan ini merupakan ciri dari konsumen yang loyal. Wisatawan setelah kembali ke daerah asal menceritakan pengalaman berwisatanya kepada saudara dan kerabatnya.

Menurut Yoeti (1982:164) salah satu syarat sebuah destinasi pariwisata adanya sesuatu yang bisa dilihat. Sebuah destinasi pariwisata harus memiliki daya tarik khusus seperti yang ada di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Daya tarik khususnya adalah pemandangan alam yang mempesona ketika matahari terbit. Ketika musim hujan di bulan Oktober hingga Mei, pesona matahari terbit akan sulit untuk dinikmati karena langit tertutup awan. Hal tersebut membuat wisatawan yang datang ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru kecewa. Menurut pengusaha biro perjalanan, makanan dapat membangkitkan *mood* wisatawan yang kecewa karena tidak bisa melihat *sunrise*.

Menurut pengelola destinasi pariwisata yang berada di Resort Laut Pasir, kuliner yang disajikan di kawasan TNBTS hanya kuliner umum. Suku Tengger yang tinggal di sekitar kawasan TNBTS sebenarnya memiliki kuliner yang tradisional yaitu nasi aron, tetapi dalam proses produksi hingga proses penyajian dan konsumsi oleh

wisatawan memiliki kendala. Hal itulah yang membuat masyarakat enggan memproduksi dan mengenalkan nasi aron kepada wisatawan. Wisatawan perlu mengetahui cara mengonsumsi nasi aron agar tidak tersedak saat menikmatinya. Faktor penghambat juga menjadi alasan peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS belum berkontribusi secara maksimal.

Tempat yang ada di kawasan laut pasir dinilai oleh pengelola destinasi belum representatif karena kurang baik dalam hal kebersihan dan ketersediaan air. Tempat yang cukup representatif yakni di sekitar pintu masuk Cemorolawang. Jarak dari tempat makan di Cemrolawang juga tidak jauh dengan Gunung Bromo dan bisa menikmati makanan sambil melihat pemandangan di sana. Di Cemorolawang memiliki tempat makan yang permanen, kebersihannya terjaga, dan air juga tersedia. Untuk mewujudkan citra positif destinasi pariwisata melalui kuliner yang disajikan diperlukan kerjasama antara Balai Besar TNBTS dengan Kementerian Pariwisata.

Wisatawan dalam mengonsumsi kuliner di kawasan TNBTS tergolong dalam *urban tourism*, ketertarikan terhadap makanan lokal tergolong rendah karena tujuan utamanya bukan untuk menikmati makanan lokal melainkan berwisata. Makanan hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagai individu bukan sebagai tujuan untuk berwisata (Hall et al., 2003:11). Wisatawan yang mengunjungi TNBTS dipengaruhi oleh keindahan alam terutama pada saat *sunrise*. Mengonsumsi makanan merupakan pemenuhan kebutuhan pokok. Makanan merupakan salah satu dari komponen pariwisata yang masuk dalam *amenity*.

Ditinjau dari sudut pemasaran pariwisata terutama dalam rangka mengembangkan produk, suatu destinasi pariwisata memiliki banyak hal yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisatawan (Yoeti, 1982:164). TNBTS adalah destinasi pariwisata yang memiliki kuliner beragam dengan pemandangan alam yang indah. Kuliner tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS itu sendiri. Pencitraan sebuah destinasi merupakan bagian dari *positioning* yang bertujuan untuk membantu wisatawan dalam mengetahui perbedaan antara suatu destinasi dengan destinasi pesaingnya (Sunaryo, 2013:174). Untuk menghadapi persaingan dengan 9 (sembilan) destinasi pariwisata lain yang telah ditetapkan menjadi destinasi prioritas, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru perlu memiliki citra positif. Hal tersebut memiliki manfaat agar dapat dibedakan oleh wisatawan dalam penentu motivasi kunjungannya.

Tidak semua wisatawan yang mengunjungi destinasi termotivasi oleh kuliner, tetapi kuliner selalu ada pada bagian akhir dari perjalanan wisata (Lan et al., 2012). Wisatawan yang mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru tidak menjadikan kuliner sebagai tujuan utama berwisata tetapi sebagai pemenuhan kebutuhan pokok. Berdasarkan hasil penelitian, peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru cukup berkontribusi dalam peningkatan citra dan ada yang belum berkontribusi secara maksimal. Peran tersebut memiliki alasan yang telah dijelaskan oleh peneliti menurut hasil wawancara.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan kajian lapangan, hasil penelitian, dan pembahasan terhadap fokus penelitian tentang peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

##### **1. Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner yang Disajikan di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Persepsi wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki persepsi yang berbeda. Persepsi yang pertama adalah persepsi positif yaitu suasana pegunungan yang dingin saat menikmati kuliner yang disajikan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dapat meningkatkan selera makan. Persepsi yang kedua adalah persepsi kurang positif yaitu cara penyajian makanan yang kurang menarik bagi wisatawan untuk menikmatinya. Perbedaan persepsi tersebut disebabkan dari pengalaman wisatawan yang pertama dan kedua berbeda walaupun dengan situasi dan lingkungan yang sama saat menikmati makanan. Pengalaman seseorang dapat membentuk citra suatu destinasi pariwisata.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Terdapat pada Kuliner di Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

### **a. Faktor Pendukung**

Hasil penelitian menemukan hal positif dari peran kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Faktor pendukung tersebut dapat mengangkat kuliner sebagai komponen pariwisata yang telah memuaskan wisatawan dan dapat digunakan oleh Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dalam meningkatkan citranya. Citra destinasi terbentuk dari wisatawan yang pernah mengunjunginya. Cita rasa dari makanan yang disajikan, penggunaan bahan baku yang masih segar, pemandangan alam yang indah, dan perizinan untuk membuka usaha jasa makanan dan minuman menjadi faktor pendukung.

### **b. Faktor Penghambat**

Hasil penelitian menemukan faktor yang dapat menghambat peningkatan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru melalui kuliner yang disajikan. Faktor penghambat tersebut dapat menghalangi pembentukan citra yang positif pada destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Faktor-faktor penghambat tersebut adalah sumber daya manusia yang belum berkualitas, penetapan harga, kesehatan dan kebersihan makanan yang disajikan, proses pengolahan makanan yang lama, dan penyediaan air yang terbatas.

### **3. Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

Penilaian pertama peran kuliner sudah cukup berkontribusi dalam meningkatkan citra dikarenakan wisatawan yang datang menikmati kuliner merasa puas, mengulang pembelian dan menceritakannya kepada kerabat dan keluarganya. Hal tersebut adalah merupakan ciri konsumen yang loyal. Kuliner yang dinikmati di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru juga dapat membangkitkan *mood* ketika wisatawan tidak bisa menyaksikan *sunrise*. Adanya faktor yang mendukung peningkatan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru juga menjadi alasan bahwa perannya sudah cukup berkontribusi.

Kuliner yang disajikan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru masih bersifat makanan umum yang dijual di warung. Sebenarnya di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru terdapat kuliner tradisional Suku Tengger yaitu nasi aron, tetapi dalam proses pembuatannya yang lama menjadikan masyarakat kurang tekun dalam mengolahnya. Kendala lain adalah adanya faktor yang menghambat peningkatan citra destinasi. Tempat untuk menikmati kuliner yang ada di TNBTS juga belum representatif. Tempat yang sudah representatif berada di kawasan Cemorolawang. Hal tersebut yang menjadi alasan bahwa peran kuliner belum berkontribusi secara maksimal dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Secara umum dari menu yang disediakan dan tempat untuk menyajikan kuliner, peneliti menyimpulkan bahwa peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru belum berkontribusi secara maksimal. Untuk meningkatkan citra destinasi pariwisata diperlukan *branding* makanan khas yang diunggulkan dari suatu destinasi pariwisata. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki makanan yang khas tetapi dalam proses penyajiannya memiliki kendala. Tempat untuk menyajikan makanan belum representatif. Makanan yang ada di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki cita rasa yang enak dan berbeda dengan suasana pegunungan yang dingin tetapi karena banyak terdapat faktor penghambat, maka peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru belum berkontribusi secara maksimal.

## **B. Saran**

Setelah peneliti menyimpulkan dari hasil kajian lapangan, hasil penelitian dan pembahasan, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut.

1. Saran untuk pengelola destinasi
  - a) Melakukan pelatihan dan sosialisasi secara terjadwal dengan tujuan peningkatan kualitas sumber daya manusia (masyarakat sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru).

- b) Bekerja sama dengan Dinas Pariwisata setempat dalam hal pengendalian dan peningkatan mutu usaha jasa makanan dan minuman yang berada di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- c) Bekerja sama dengan dengan Dinas Kesehatan setempat dalam sosialisasi dan pengawasan makanan yang disajikan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- d) Melakukan pendampingan dengan pengelola usaha jasa makanan dan minuman dalam hal penetapan harga dan pemasangan daftar harga agar tidak ada wisatawan yang merasa dirugikan.
- e) Melakukan pengawasan pembuangan limbah padat maupun cair yang dibuang oleh pedagang atau wisatawan serta memberikan tindakan tegas bagi yang melakukan pelanggaran.
- f) Melakukan penertiban bagi pedagang yang berjualan di luar zona yang telah ditentukan.
- g) Melakukan *branding* terhadap kuliner yang diunggulkan sehingga citra dapat terbentuk.
- h) Hal lain yang perlu dilakukan adalah memberikan pengetahuan terhadap wisatawan bahwa di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki kuliner yang khas yaitu nasi aron. Setelah wisatawan mengerti dalam diharapkan dapat menilai positif makanan yang dihidangkan sehingga otomatis akan meningkatkan citra.

## 2. Saran untuk penyedia kuliner

- a) Menggali informasi secara mandiri tentang konsep wisata dan bagaimana cara melayani wisatawan.
- b) Menjaga kebersihan diri sendiri, bahan baku makanan, peralatan masak, makanan yang sudah disajikan dan tempat untuk menikmati makanan secara terus menerus.
- c) Membuang atau mengelola limbah padat maupun cair dengan bijak dan tanggung jawab agar lingkungan tetap lestari.
- d) Membuat paguyuban usaha jasa makanan minuman agar ada tempat untuk menaungi dan tempat untuk bermusyawarah.
- e) Melakukan percobaan pengolahan nasi aron dengan menggunakan cara atau metode yang lebih sederhana agar bisa disajikan dan dikonsumsi oleh wisatawan.
- f) Melakukan penetapan harga yang sesuai dengan modal yang dikeluarkan dan kondisi lainnya serta memasang daftar harga agar wisatawan tidak kecewa.

## 3. Saran untuk pengusaha biro perjalanan

- Memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan yang datang ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dan menikmati kuliner di sana.

- Ikut berpartisipasi aktif dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- Mengajak masyarakat di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk meningkatkan kesadaran pada potensi pariwisata yang ada di daerahnya.

4. Saran untuk wisatawan

- a) Memberikan kritik yang membangun untuk pengelola destinasi dan pengelola usaha jasa makanan dan minuman.
- b) Memiliki kesadaran untuk membuang sampah pada tempat yang telah disediakan.
- c) Menyebarkan berita positif tentang kuliner kepada kerabat atau keluarga agar dapat meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru melalui kuliner.

5. Dikarenakan terbatasnya dalam penelitian ini, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam penelitian dikemudian hari untuk meningkatkan citra destinasi pariwisata melalui faktor yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Referensi

- Alfansi, Lizar. 2012. *Pemasaran Jasa Finansial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. 2014. *Rencana Pengelolaan Jangka Panjang Taman Nasional Bromo Tengger Semeru Tahun 2015-2024 Kabupaten Malang, Pasuruan, Probolinggo dan Lumajang Propinsi Jawa Timur*. Jakarta: Kementrian Kehutanan.
- 
- \_\_\_\_\_. 2016. Statistik Kunjungan Wisatawan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2016
- Bandur, Agustinus. 2014. *Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data dengan NVIVO 10*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bartono, P.H dan Ruffino E.M. 2005. *Food Product Management di Hotel dan Restoran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Fandeli, Chafid. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Goodman, Raymond. 2002. *F&B Service Management Untuk Sekolah Pariwisata dan Pengelola Restoran*. Jakarta: Erlangga.
- Hall, Michael et al., 2003. *Tourism Around The World Development, Management and Market*. Great Britain: Elsevier Ltd.
- Helmi. 2012. *Hukum Perizinan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hjalager, Anne dan Greg Richard. 2002. *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge MPG Books Ltd.

- Kementerian Pariwisata. 2014. *Statistik Profil Wisatawan Nusantara*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Kertajaya, Hermawan. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. et al. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisata Versi Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kusdianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- Kusmayadi dan Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara terhadap Daya Tarik Wisata*. Yogyakarta: Kajian.
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi Edisi Sepuluh*. Yogyakarta: Andi.
- Maryani. 1991. *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: IKIP Bandung.
- Maryati, Sri. 2000. *Tata Laksana Makanan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Milles, Matthew dan Michael Hubberman. 2013. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook: Edition 3*. United States of America: SAGE Publications.
- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Nazir, Mohammad. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pitana, Gde dan Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pitana, Gde dan Putu Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prasiasa, Dewa Putu Oka. 2011. *Wacana Kontemporer Pariwisata*. Jakarta: Salemba Humanika.

- \_\_\_\_\_. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta: Salemba Humanika
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2010-2015.
- Rejeki, Sri. 2015. *Sanitasi, Hygiene, dan Kesehatan & Keselamatan Kerja (K3)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Ries, Al dan Jack Trout. 1989. *Perang Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Robin, Stephen dan Timothy Judge. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ross, Gleen. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sammeng, Andi Mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Soekadijo, R.G. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sunarya, Abas. et al. 2011. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Kewirausahaan Untuk Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Toha, Miftah. 2003. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Undang Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan
- Undang Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka. 1982. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.

### **Jurnal dan Laporan Penelitian**

- Agusetyaningrum, Verniaputri. 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner*. Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Ariwardhani, Chaerunnisa. 2014. Sistem Informasi Wisata Kuliner di Kota Semarang Berbasis Web. Program Studi Sistem Komputer Fakultas Teknik Universitas Diponegoro.
- Aryanta, Wayan Redi. 1992. The Processing and Microbiological Aspects of Some Traditional Food in Bali, Indonesia. *Minatogawa Joshi Tanki Daigaku Kiyo* 25 : 188-200.
- Cahyono, Dwi. 2000. Pelestarian Makanan Tradisional Melalui Industri Pariwisata. Pusat Kajian Makanan Tradisional (PKMT) Universitas Brawijaya.
- Coban, Suzan. 2012. The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: the case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29 (2) : 222-232.
- Fakeye, Paul dan John Crompton. 1991. Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop*, No 25 Tahun XX, hal 40-44
- Karim, Shahrin Ab. 2006. *Culinary Tourism as a Destination Attraction: an Empirical Examination of the Destination's Food Image and Information Sources*. Dissertation of Doctor of Philosophy College of the Oklahoma State University.
- Kartika, Adriana Noor. 2015. *Studi Citra Destinasi dan Sumber Informasi Kuliner : Survey Pengunjung Kuliner di Yogyakarta*. Thesis Magister Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Lan, Lawrence. et al. 2012. Promoting Food Tourism with Kansei Cuisine Design. *Social and Behavioral Sciences* 40 ( 2012 ) 609 – 615.
- Lopes, Sergio Dominique. 2011. Destination image: Origins, Developments and Implications. Vol. 9 No 2 page. 305-315. 2011
- Rahmadani. 2000. Pengembangan Sikap Mencintai Makanan Tradisional Hasil Laut. Pusat Kajian Makanan Tradisional (PKMT) Universitas Brawijaya.

- Ridha, Mohammad. 2016. *Citra Tujuan Wisata dan Citra Kuliner Aceh Serta Pengaruhnya Terhadap Niat Wisatawan untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala Darussalam Banda Aceh.
- Sarmin, 2014. *Laporan Pelaksanaan Proyek Perubahan Peningkatan Mutu Pelayanan Pengunjung di View Point Penanjakan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru*. Bogor: Balai Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Kementerian Kehutanan.
- Virna, Ervi. 2007. Wisata Kuliner, Bukan Sekedar Wisata Pemuas Perut. *Warta Pariwisata*. Vol. 9, No. 1.

### **Artikel Online**

- Antaranews. 2014. “Menpar: Indonesia Menuju Destinasi Wisata Kuliner Terfavorit”. diakses pada tanggal 20 Oktober dari <http://www.antaranews.com/berita/468872/menpar-indonesia-menuju-destinasi-wisata-kuliner-terfavorit>.
- Boyne, Steven et al. 2002. “*On the trail of regional success: tourism, food production and the Isle of Arran Taste Trail*”. Vol 6. Halaman 91-114, diakses pada tanggal 21 Oktober 2016 dari [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=BqLkdDEAAAAJ&citation\\_for\\_view=BqLkdDEAAAAJ:d1gkVwhDpl0C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=BqLkdDEAAAAJ&citation_for_view=BqLkdDEAAAAJ:d1gkVwhDpl0C).
- Eastjava. 2012. “Peta Kawasan Bromo”, diakses pada tanggal 20 Februari 2017 dari <http://www.eastjava.com/books/bromo/ina/map.html>.
- Food, Detik. 2016. “Nasi Aron, Nasi Berbahan Jagung Putih dari Lereng Gunung Bromo”, diakses pada tanggal 27 Mei 2017 dari <http://food.detik.com/read/2016/05/06/140808/3204701/297/nasi-aron-nasi-berbahan-jagung-putih-dari-lereng-gunung-bromo>.
- Henderson, Joan 2009. “*Food tourism reviewed*”. *British Food Journal*, Vol. 111 Iss: 4, pp.317 – 326, diakses pada tanggal 27 Desember 2016 dari <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00070700910951470>.
- Kementerian Pariwisata. 2016. “Menpar Bersama Gubernur dan Bupati Membahas 10 Destinasi Pariwisata Prioritas”, diakses pada tanggal 18 Desember 2016 dari <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3142>.
- \_\_\_\_\_ . 2017. “Gunung Bromo” diakses pada tanggal 27 Februari 2017 dari <http://pesona.indonesia.travel/destinasi/jawa/jawa-timur/gunung-bromo/>.

- Pegg, David. 2012. “*The 25 Best Places to Watch The Sunset Around The World*”, diakses pada tanggal 18 Desember 2016 dari <http://list25.com/the-25-best-places-to-watch-the-sunset-around-the-world/5/>.
- Prohaska, Sharr. 2013. “*Food Tourism: Is This Travel Or A Buffet?*”. diakses pada tanggal 28 Desember 2016 dari [http://www.huffingtonpost.com/sharr-prohaska/culinary-tourismis-travel\\_b\\_2711572.html](http://www.huffingtonpost.com/sharr-prohaska/culinary-tourismis-travel_b_2711572.html).
- Purnama, Harry. 2015. “Pengeluaran Wisatawan Muslim Berpusat di Asia Pasifik”, diakses pada tanggal 7 Maret 2017 dari <http://venuemagz.com/feature/pengeluaran-wisatawan-muslim-berpusat-di-asia-pasifik/>.
- Rand, Du. et al. 2008. “*The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing. A South African Situation Analysis*”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Volume 14, 2003 - Issue 3-4, diakses pada tanggal 13 November 2016 dari [http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J073v14n03\\_06?src=recsys](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J073v14n03_06?src=recsys).
- Sims, Rebecca. 2008. “*Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience*”. *Journal of Sustainable Tourism*. Volume 17, 2009 - Issue 3, diakses pada tanggal 15 November 2016 dari <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669580802359293>
- Suryamalang. 2015. “Gunung Bromo Wisata Terindah di Jawa Timur”, diakses pada tanggal 27 Februari 2017 dari <http://suryamalang.tribunnews.com/2015/05/25/gunung-bromo-wisata-terindah-di-jawa-timur-ini-videonya>.
- Tikkanen, Irma. 2007. “*Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases*”. *British Food Journal*. Vol. 109 Iss: 9, pp.721 – 734, diakses pada tanggal 27 Desember 2016 dari <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/00070700710780698>.
- Yustiana, Kurnia. 2016. “Asyik! Festival Kuliner dan Belanja Digelar Serentak di 12 Provinsi Indonesia”, diakses pada tanggal 21 Oktober 2016 dari <http://travel.detik.com/read/2016/09/28/072000/3308352/1382/asyik-festival-kuliner-belanja-digelar-serentak-di-12-provinsi-indonesia>.

## LAMPIRAN

### *Lampiran 1*

#### **Pedoman Wawancara**

##### **Wisatawan**

1. Dari mana anda berasal?
2. Apakah sudah mencoba makanan yang disajikan di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
3. Makanan apa yang anda makan?
4. Bagaimana pendapat anda tentang makanan yang disajikan?
5. Menurut anda apakah faktor pendukung yang terdapat pada kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
6. Menurut anda apakah faktor penghambat yang terdapat pada kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
7. Bagaimana persepsi anda sebelum atau ketika menikmati kuliner di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

##### **Pemilik Biro Perjalanan Anggada Indonesia**

1. Mengapa bapak menjual paket wisata yang di dalamnya menikmati kuliner lokal di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

2. Apakah harga yang bapak tawarkan berbeda dengan travel yang tidak menyediakan makanan tradisional?
3. Bagaimana pengaturan jam makan ketika waktu yang dibutuhkan untuk berwisata terlalu lama?
4. Bagaimana tanggapan wisatawan setelah menikmati kuliner yang disediakan di *homestay* di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
5. Menu apa saja yang disediakan oleh pemilik *homestay*?
6. Apakah bapak mengetahui makanan tradisional Suku Tengger seperti nasi aron?
7. Bagaimana pelayanan yang diterapkan oleh pemilik *homestay*?
8. Menurut bapak apakah faktor pendukung yang terdapat pada kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
9. Menurut bapak apakah faktor penghambat yang terdapat pada kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
10. Selama ini apakah ada wisatawan yang ingin berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru karena termotivasi oleh makanan yang disediakan?

### **Penyedia kuliner**

1. Apa saja yang bapak atau ibu sajikan kepada wisatawan?
2. Apakah wisatawan puas dengan kuliner yang Bapak/Ibu sajikan?
3. Apakah ada bentuk dukungan atau kemudahan dari pengelola Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

4. Apakah ada kesulitan atau hambatan dalam proses menyajikan makanan kepada wisatawan?
5. Apa yang menjadi faktor pendukung dalam proses menyajikan makanan kepada wisatawan?

**Pengelola Resort Tengger Laut Pasir Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**

1. Bagaimana perkembangan penyediaan kuliner yang ada di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
2. Apa saja kuliner yang disajikan di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
3. Kuliner yang ada di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru disajikan dimana saja?
4. Apa saja faktor penghambat yang terdapat pada kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
5. Apa saja faktor pendukung yang terdapat pada kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
6. Apakah sudah ada kebijakan terkait pengelolaan warung yang berada di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
7. Bagaimana peran kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

*Lampiran 2***Transkrip Wawancara**

I : Informan

P : Peneliti

**Transkrip Wawancara 1**

(18 Maret 2017) Bapak Ji selaku penjual makanan dan minuman di kawasan Taman

Nasional Bromo Tengger Semeru

- I: Halo mas, sendirian saja ini to? Sini mas gabung sama api biar hangat.
- P: Iya pak sendiri saja, sedang penelitian soalnya hehe.
- I: Wahhh penelitian opo mas?
- P: Neliti tentang yang bapak jual hehehe.
- I: Hahaha ada-ada aja sampean ini mas.
- P: Lah iya pak beneran ini, tugas dari kampus pak, skripsi.
- I: Oalah gitu to mas, jadi sampean tak kira liburan, mangkane kok mek dewean.
- P: Iya pak haha, apa boleh saya tanya-tanya sedikit ya pak
- I: Ya monggo mas monggo
- P: Bapak di sini jualan apa aja?
- I: Ya kopi kopi gitu mas, kalo wes matahari naik ganti makan, nasi-nasi gitu. Kalo masih malam gini yang laku ya kopi, gorengan, susu, teh gitu-gitu aja.
- P: Jadi ya nunggu waktu juga ya pak jualannya, banyak yang beli ya pak?
- I: Ya lumayan wes mas, nambah-nambah kalo cuma dari kebun tok ya kurang hahaha
- P: Ya alhamdulillah ya pak kalo begitu. Terus ini pak kalo tentang kesulitan atau kemudahan yang bapak rasakan selama berjualan disini apa?
- I: Ya kalo yang paling sulit itu ya air mas, paling susah wes ngono iku mas.
- P: Airnya sulit gimana pak maksudnya?
- I: Mmmm nganu mas di sini itu gak sedia air gitu, jadi susah. Namanya juga hutan ya gak ada sumber.
- P: kalo pompa air dari bawah gak bisa ya disalurkan kesini pak?
- I: Yo jelas gak iso lah mas jadi ya air ngalir dari kran-kran gitu ya gak ada.
- P: Terus bapak gimana kok bisa bawa air ke tempat jualan ini?

- I: Ya kalo gitu pinter-pinteran ae mas. Bawa jurigen terus naik motor selesai wes. Tiap pagi gitu terus kerjaannya kalo mau jualan.
- P: Ya lumayan juga yo pak kalo tiap pagi. Jadi yang paling sulit air ya pak.
- I: Yawes gitu itu mas. Yo kesel sebenarnya tapi lek sambat tok gak dapat uang hahahaha.
- P: Ya bener juga itu sih pak hehehe. Kalo pungutan uang retribusi jualan gitu ada gak sih pak?
- I: Selama ini gak ada mas kalo gitu-gitu, ada yaa kalo misal ada yang meninggal terus seikhlasnya sukarela gitu buat bantu baru ada.
- P: Terus kalo ini pak kemudahan jualan di sini gimana ya?
- I: Kemudahan opo mas maksudnya? Saya gak ngerti hehe.
- P: Ya maksudnya yang enak kalo jualan disini itu apa pak?
- I: Oalah kalo yang enak ya laku terus mas hahaha.
- P: Hahah ya bener juga sih pak kalo laku ya mudah yaa.
- I: Ini mas gak mau kopi? Gratis wes mas ambil aja monggo pilih yang mana
- P: Wah jadi gak enak saya pak, makasih ya pak.

## Transkrip Wawancara 2

(20 Maret 2017) Bapak Joko Anwar selaku pemilik Biro Perjalanan Anggada

Indonesia

- P: Eee yang pertama kenapa saya milih travel bapak, saya *searching* di instagram travel ini salah satu yang menyediakan kuliner lokal di Bromo sana. Saya juga sering kaya *tour leader* gitu dampingin ke Bromo itu Cuma dibawain jajan gitu aja pak gak sama paket makan. Kadang wisatawan dibebasin milih makanan di warung di laut pasir. Jadi kenapa bapak memilih makanan khas yang ada di sana untuk wisatawan?
- I: Yang pertama itu tadi karena ada yang gak pake makan, ada yang pake. Saya pengen mengkhususkan tamu saya. Segmentasi tamu saya itu eee *mid high* keluarga kantor atau perusahaan, jadi bukan yang *backpacker*. Mereka gitu butuh kenyamanan jadi sekali bayar udah dapat semua termasuk makan itu adalah fasilitas.
- P: Kalo misalnya harganya sendiri eee berbeda gak? Kalo pasaran kan 250an
- I: Kalo saya di harga 350 sampai 400, ya ada perbedaan lah.
- P: itu dikhususkan buat makan atau gimana?
- I: Kalo paket yang lain itu kan pake jeep langsung ya dari Malang, kalo saya nggak. Saya pake mobil pribadi dulu nanti sampe Tosari baru ganti jeep. Pertimbangan saya kalo keluarga pake jeep langsung kn capek yaa.

- P: Iya bener capek pak hehe se jeep diisi enam orang yaa
- I: Jadi enak pake mobil dulu, nanti sampe Tosari baru ganti kan Cuma 30 menit dari Malang berangkat jam 2. Di Tosari saya kerja sama sama *homestay* warga. Jadi begitu datang saya kasih *coffee break*. Toilet ada kamar ada jadi kalo mau istirahat ada.
- P: Terus gini pak kalo misal abis dari Penanjakan balik lagi ke Tosari apa gimana?
- I: Jadi kalo paket saya turun ke pasir itu saya kasih *snack*, pasti itu. Ya roti-roti gitu lah. Nanti jam 9 abis beres semua baru ke Tosari sarapan. Jadi istilahnya abis capek saya kasih makan.
- P: Terus kalo masalah tanggapan wisatawan tentang makanan yang disediakan di sana itu gimana pak?
- I: Kalo rata-rata tamu saya kan dari Jakarta, Bandung dan luar Jatim, mereka sangat senang dan eksited setelah menikmati kuliner yang disediakan karena itu makanan tradisional.
- P: Makanannya seperti apa pak?
- I: Makanannya kalo difoto-foto ntar yaa saya tunjukin. Ya tradisional yaa sayurnya dia ngambil dari depan rumahnya, cabenya kan juga cabe besar Bromo itu. Terus ya paling sama sayur lodeh, sop, ikan asin gitu.
- P: Eeeee wisatawannya ikut masak gitu apa tinggal makan aja gitu pak?
- I: Sudah siap tinggal makan, biasanya habis dari bromo datang makan gitu. Jadi abis dari bromo capek terus teh kopi, makan deh. Biasanya abis makan ngembaliin *moodnya* lagi *freshnya* lagi.
- P: Mmmm kan saya pernah tau makanan khas saya nasi aron bapak kenal gak?
- I: Kalo itu sih bisa mas *by request*. Kalo ini sih sebenarnya lebih ke apa ya rumahan makanan rumahan orang sana. Kalo kemaren ada yang minta sawut ya kami bikinkan.
- P: Kalo masalah lainnya kaya ekspektasi makanannya gimana pak?
- I: Ya sebenarnya promosi gambar gitu membantu yaaa. Ohh kok kayanya enak gini. Ya jadi mereka ada sih oh iya saya liat saya pengen makan. Jadi yang terjadi mereka suka gitu, puas gitu. Tempatnya enak suasananya dingin gitu kebetulan yang masak juga pinter masak, menunya juga pedesaan. Jadi orang kota kalo kita ajak makan gitu ya makannya banyak. Ya karena mereka punya rasa yang enak jadi saya sudah langganan hampir tujuh taun mas. Mmm gini juga mas kalo misal kita kabut gitu ya gak dapat *sunrise* saya langsung *calling* buat masak enak, setting yang bagus. Jadi itu bisa membantu orang kecewa. Jadi ya terhibur karena makan tadi.
- P: Ya kemaren saya abis dari sana kabut juga pak.
- I: Jadi kalo alam kan gak bisa diprediksi. Kalo makanan kan bisa kita aturlah.
- P: Selama ini apakah ada wisatawan yang tertarik ke bromo itu karena makannya pak? Ya istilahnya bukan karena alamnya gitu.
- I: Mmm ya jarang mas, paling cuma 1 atau 2 aja. Yang khusus gitu ya jarang. Kalo yang tertarik karena alam plus pengen makan yang banyak.

- P: Terus masuk ke faktor pendukung nih pak, kalo menurut bapak sendiri apa?
- I: Eeeee kalo faktor pendukungnya sih bahannya dari pasar Tosari itu *fresh* siap semua. Karena bahan kaya sayur mayur itu fresh. Rempah juga siap. Eeee faktor pendukungnya juga pemandangan yaaa. Jarang juga ada yang mau masak di *homestay*. Rata-rata tergantung orangnya juga mau masak apa nggak.
- P: Kalo faktor penghambatnya pak?
- I: Eeeee gak semua orang warga sana itu bisa masak enak mas, gak semuanya, mungkin juga faktor nya mmmm masih di desa pokoknya mereka masak ya buat mereka sendiri ya pokoknya masak sederhana gitu wes. Sedangkan masak untuk mengerti konsep wisata, mengerti selera tamu itu masih jarang, hanya ada beberapa. Itu langganan saya ya Bu Yon mas sama Pak Kayah mas, di dua tempat itu yang dia udah sadar wisata sih, dia memanfaatkan peluang ini kan. Gak semua orang oh ini, aku bisa masak tapi gak bisa memanfaatkan itu. Malah di hotel Ancala Inn itu aja Cuma nasi goreng kalo pagi.
- P: Kalo kebersihannya sendiri gimana pak?
- I: Ya saya bisa memastikan ya karena *homestay* tempatnya orangnya juga udah sadar wisata ya bersih, dapurnya juga bersih.
- P: Bangunan fisiknya gimana pak?
- I: Ya bangunannya ya baru, tahun 2015 baru dibangun.
- P: Kemudian ini pak yang terakhir untuk jawaban dari ini yaitu peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata sendiri itu seperti apa pak?
- I: Kalo bagi saya sendiri cukup signifikan, orang bisa melihat makanan yang berbeda dan tertarik untuk mau ke sana. Dan rata-rata ketika makan di sana itu mereka puas. Bisa dikatakan sekitar 95 persen yang makan di situ itu puas dan *repeat order*.
- P: Dan pasti *word of mouth* pasti berjalan ya pak
- I: Ya iya seperti itu. Mereka pulang ke Jakarta puas dan cerita. Makanan di sana ya salah satu nilai jual bagi saya.

### Transkrip Wawancara 3

(21 Maret 2017) Ibu Is selaku penjual makanan dan minuman di kawasan Taman

#### Nasional Bromo Tengger Semeru

- P: Jadi gini bu, saya ada tugas dari kampus ngerjain skripsi gitu bu. Saya mau tanya sedikit sama ibu apa bisa?
- I: Hmm apa ya dek?
- P: Gini bu menurut ibu kemudahan berjualan di sini itu seperti apa bu?

- I: Ya tanya yang lain aja ya dek ya jangan ke saya. Ibu gak sekolah dek.  
 P: Ya nggak papa bu, misalnya apa cuaca atau apa gitu.  
 I: Pokoknya ibu jawabnya bagus semua wes, tanya yang lain coba dek.  
 P: Enaknya jualan di sini itu apa bu? Ini kalo tenda kok bisa seragam semua warna coklat ada bantuan apa gimana bu?  
 I: Ya beli sendiri ini, bangun sendiri. Ya wes pokoknya bagus dek, gak ada masalah wes. Alhamdulillah udah dikasih tempat sama TN.  
 P: Enaknya emang dari mananya bu?  
 I: Enak di sini pas tempatnya, itu kan orang-orang dari atas pasti mampir ke sini dulu ya pas aja kan cocok gitu mas. Bagus wes dek.  
 P: Boleh tanya yang lain lagi gak bu?  
 I: Aduh tanya yang lain coba mas, ibu gak tau, taunya bagus semua wes dek.

#### Transkrip Wawancara 4

(06 April 2017) Saudara Hafiz sebagai wisatawan yang mengunjungi Taman

#### Nasional Bromo Tengger Semeru

- P: Permisi mas, perkenalkan saya Auzan mahasiswa UB yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Judulnya peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata TNBTS.  
 I: Oh iya mas ada apa yaa?  
 P: Jadi gini mas saya ada beberapa pertanyaan, kalo bersedia nanti masnya saya tanyain terus saya rekam untuk keperluan data skripsi saya mas.  
 I: Oh iya mas bisa-bisa. Jangan susah-susah lho pertanyaanya hehe.  
 P: Heheh nggak kok mas. Oh iya ini mulai saya rekam ya mas.  
 Mmm gini mas saya mau nanya faktor pendukungnya tentang produk kuliner di sini itu seperti apa mas?  
 I: Eeee faktor pendukungnya sih ya itu pertama makanannya mmm bisa dijadiin objek foto. Kan pas tuh foto makanan sama ada pemandangannya Bromo gitu kan.  
 P: Jadi menurut mas itu kepuasan tersendiri yaa?  
 I: Iya kepuasan tersendiri juga karena saya seneng foto makanan dan pemandangan enak gitu buat foto.  
 P: Jadi mmm apa yaa istilahnya biar bisa *diposting* gitu apa gimana.  
 I: Ya gitu biar bisa *diposting* di ig gitu hehehe.  
 P: Ini mas emang seneng foto gitu?  
 I: Ya saya emang seneng seneng foto gitu aja. Foto makanan sama foto pemandangan asik gitu lah kalo diliat ya kan hehehe.

- P: Terus gini mas yang kedua mmm itu tadi yang paling utama menurut masnya yaa.
- I: Ya yang itu.
- P: Terus yang ini yang menjadi faktor penghambatnya apa sih? Maksudnya kekurangannya gitu kuliner di sini itu apa?
- I: Ohh faktor penghambatnya sih yaitu ya mahal itu. Satu piring aja lima belas ribu kan.
- P: Mas tadi makan apa?
- I: Makan rawon saya sama minumannya cuma minum kopi aja lima ribu ya abis buat makan minum dua puluh ribu hahaha.
- P: Itu menurut mas mahal yaa sebagai mahasiswa ya hahaha
- I: Iya parah sih mas hahaha. Yaaa dua puluh ribu bayangin sepiring gini doang sama kopi segelas kecil doang, kalo di malang berapa kan cuma tiga ribu, yaa rawon cuma juga berapa di lima belas ribu lah.
- P: Tapi rasanya enak mas?
- I: Ya itu sih emang enak sih.
- P: Tapi mas sendiri memaklumi nggak?
- I: Eeee kalo saya sih memaklumi ya karena mungkin mereka kasih harga segitu mungkin jarak dari sini ke kampungnya jauh.
- P: Berarti gak masalah nih?
- I: Ya tetep gak enak sih mas hahaha. Gitu sih tau lah gimana ya mahal. Mau gimana lagi ya haha.
- P: Oke mas itu aja yang mau saya tanyakan. Makasih ya mas.
- I: Oke sama sama mas.

### **Transkrip Wawancara 5**

(07 April 2017) Saudari Rosita sebagai wisatawan yang mengunjungi Taman

#### **Nasional Bromo Tengger Semeru**

- P: Mmm yang pertama yang mau saya tanyakan ini bagaimana persepsinya mbak ini terhadap kuliner yang disajikan di sini? Kan mbak di sini sudah 3 hari 2 malam yaaa. Jadi seenggaknya mengetahui makanan yang ada di sini
- I: Eeee kalo menurut saya sih ya mas yang paling penyajian yaaa. Plating gitu.
- P: Plating gimana maksudnya mbak?
- I: Eee ini sih tentang cara penyajiannya makanan gitu loh. Itu menurut saya cara penyajiannya di sini tuh kurang menarik.
- P: Kurang menariknya gimana?

- I: Kurang menariknya itu, kemaren sih ya saya sempet makan di beberapa makanan itu hanya ditaruh apasih di alas anyaman gitu lalu di atasnya eeee ada kertas coklat itu mas yang biasa untuk makan nasi.
- P: Jadi menurut mbak mereka cari gampangnya gitu, dia kan jadi gak cuci piring hehe.
- I: Nah iya mungkin dia cari praktisnya aja tapi kalo misalnya saran saya ya disajikan lebih menarik kaya dikasih daun pisang daripada dikasih kertas. Kalo mau dibandingkan dengan wisata alam lainnya, saya juga pernah makan pas di Rinjani yaaa, nah itu menurut saya lebih bagus gitu lho. Di jalur yang seperti pendakian gitu mungkin di sekitar pos 2 atau pos 3 saya lupa.
- P: Itu jauh dari kampung apa gimana?
- I: Nah itu perbedaannya sendiri kalo di Rinjani ini jauh yaaa dari kampung itu karena sudah di pos 2 ya jauh. itu tuh nasi goreng aja disajikan dengan menarik, nasinya dicetak lalu mmmm jus semangkanya di gelas dan diberikan hiasan. Menurut saya di alam itu gak menghalangi untuk menyajikan makanan secara menarik.
- P: Jadi masalahnya jika itu bukan restoran jadi ya tetep lah ya menyajikan secara menarik menurut mbak.
- I: Untuk menyajikan makanan yang menarik sih ya mas yaa gak harus restoran atau di tempat mahal, warung pun juga bisa menyajikan secara menarik kok supaya banyak yang beli.
- P: Jadi menurut mbak persepsinya itu yaa?
- I: Iya.
- P: Terus ini mbak saya mau nanya tentang faktor penghambat penyajian kuliner di sini itu seperti apa?
- I: Mmm faktor penghambatnya ya mungkin masyarakat sini tuh bisa dibilang hanya sekedar aja melayani ya cuma jualan aja gitu mas. Jadi mereka membuat makanan sesuai pesanan lalu dikasihkan ya sudah selesai. Jadi menurut saya itu *hospitality*nya kurang. Eee soalnya saya waktu kemaren saya beli makanan warung di atas sana mas nah itu masuk ke warungnya juga gak disambut dengan pelayannya, menunya ngambil sendiri, setelah mesen yaa apa yaa gak ada pelayannya mas.
- P: Mmm mungkin pelayannya kurang atau dia cuma masak sendiri.
- I: Kalo saya liat juga sih jumlah pelayannya cukup yaa di dapur ya ada seperti itu. Tapi ya itu tadi *hospitality*nya kurang. Kan kalo ada *customer* masuk kan kita disambut, menunya diberikan. Saya harap ya seperti itu bisa ditingkatkan lagi *hospitality*nya.
- P: Mmmm cuma itu aja mbak untuk faktor penghambatnya atau ada tambahan lain?
- I: Menurut saya itu aja sih mas.
- P: Oh gitu yaa. Okee makasih mbak yaa atas jawabannya.
- I: Iya sama-sama juga mas.

## Transkrip Wawancara 6

(08 April 2017) Saudara Yasir sebagai wisatawan yang mengunjungi Taman Nasional

### Bromo Tengger Semeru

- P: Mmm siapa nama anda?  
 I: Oh nama saya Yasir.  
 P: Dari mana anda berasal?  
 I: Oh saya dari Pakistan.  
 P: Berapa lama anda tinggal di di Bromo.  
 I: Ini hari kedua saya soalnya saya kemarin tidak mendapatkan *sunrise* jadi saya menambah hari lagi untuk tinggal di sini.  
 P: Jadi apakah anda merasa tidak enak jika tidak mendapatkan *sunrise*?  
 I: Ya tentu saja.  
 P: Jadi apakah yang anda pikir tentang *sunrise*? Apakah itu sebuah keistimewaan di sini?  
 I: Ya tentu saya pergi ke sini karena pesona *sunrisenya* itu. Jika saya tidak mendapatkannya berarti saya kehilangan poin setelah pergi dari sini.  
 P: Oke pak. Selanjutnya saya ingin bertanya untuk pengisian data skripsi saya. Apakah anda sudah makan sesuatu hari ini? Apa yang anda pikirkan tentang faktor pendukung dan faktor penghambat dalam penyediaan makan di sini?  
 I: Ya saya makan sesuatu di sini. Saya makan mmm seperti ayam bakar atau ayam barberque saya tidak tahu.  
 P: Ayam barberque dengan saos kacang maksud anda? Apakah baunya harum?  
 I: Banya bakarannya harum.  
 P: Oh oke jadi apa faktor pendukungnya?  
 I: Ya rasanya sangat enak. Saya tidak pernah makan di negara saya, ada sih tapi terbuat dari daging kambing kalo ini berbeda terbuat dari daging ayam. Ketika saya sudah berada di sini kenapa tidak mencoba?  
 P: Apakah anda punya motivasi lain?  
 I: Ya karena lapar tentunya jadi saya mencoba.  
 P: Apakah anda suka makanan Indonesia?  
 I: Ya rasanya enak jadi saya suka.  
 P: Sudah berapa kali anda makan makanan Indonesia?  
 I: Ya di tempat saya menginap ada juga makanan Indonesia seperti sup dan nasi goreng.  
 P: Kemudian menurut anda apakah faktor penghambatnya?  
 I: Faktor penghambatnya adalah kebersihan yang sangat buruk, tempatnya, penjualnya, makanannya juga. Lihat saja tempat sampah juga sudah penuh

tapi tidak di buang. Ya bayangkan saja betapa tidak nyamannya makan dengan sampah. Itu menjijikan.

P: Jadi yang terpenting soal penghambat adalah kebersihan ya.

I: Ya itulah yang terpenting.

P: Baik pak terima kasih atas jawaban anda. Senang bertemu dengan anda.

I: Oke ya sama-sama.

### Transkrip Wawancara 7

(11 April 2017) Saudara Yanuar sebagai wisatawan yang mengunjungi Taman

#### Nasional Bromo Tengger Semeru

P: Eee jadi ini mas yang mau saya tanyakan yang pertama itu bagaimana sih faktor penghambat untuk penyediaan kuliner di sini itu. Maksudnya faktor penghambat menurut mas itu yang kurang seperti apa?

I: Ya yang pertama adalah kebersihan.

P: Itu yang paling utama ya mas.

I: Iya itu, kemudian adalah penetapan harga. Kenapa itu menjadi masalah utama karena belum ada penetapan harga yang standar atau yang sama antara satu pedagang dengan pedagang yang lain, sehingga kadang eee wisatawan itu merasa terjebak ketika sudah selesai makan, mereka membayar dan harganya mahal seperti itu.

P: Eee terus ini mas tadi kan yang pertama masalah kebersihan. Itu masalah kebersihannya sendiri gimana sih mas?

I: Ya untuk kebersihan belum tertata dengan baik. Kenapa yaaa mmm di sana itu lokasinya mungkin medannya susah. Tempat berjualan dengan lalu lalang orang itu jadi satu sehingga debu-debu itu terbang terbawa angin. Apalagi dengan adanya kuda yang eeee buang air sembarangan mmm itu mengganggu.

P: Kaya ini ya mas mmm mengurangi nafsu makan.

I: Nah iya betul. Kemudian eee kadang orang itu juga gak enak makan kalo dilihat banyak orang, kan tempatnya terbuka seperti itu.

P: Jadi apakah bangunan yang semi permanen itu perlu dibangun apa gimana?

I: Kalo dibangun yagak mungkin lah.

P: Iya bener sih mas kan udah ada zona nya ya.

I: Iya kalo dibangun kayanya enggak. Tapi ya perlu diperbaiki sebagai mana mestinya agar pengunjung makan dengan nyaman.

P: Oke mas jadi intinya itu ya mas. Oke terima kasih ya mas.

I: Sama-sama.

### Transkrip Wawancara 8

(21 April 2017) Bapak Yon sebagai pemilik homestay yang menyediakan kuliner di sekitar kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

- P: Permissi pak maaf sebelumnya saya rekam yaa pak.
- I: Oh iya mas. Aktifitas ibu sama putrinya ya menyediakan sarapan pagi itu di sini di rumah ini eee kalo ada pesanan eee di sini ibu itu kepingin masakan yang fresh. Jadi kalo ada pesanan itu pagi baru masak, pulangnye pengunjung dari Bromo baru sarapan di sini sekitar jam 9 jam 10. Untuk masalah jumlah itu tergantung permintaan. Mau lima mau tiga mau seratus gak masalah, tetap dilayani. Yang penting kalo menyediakan di sini itu tidak mendadak itu bisa kami layani. Yang kedua nasi box juga bisa. Yang ketiga snack juga bisa pagi pake pisang goreng, kentang goreng, telo goreng ya monggo.
- P: Terus kalo masalah ini pak mmm kalo masakan tradisional Suku Tengger kan ada nasi aron, sawut Bromo itu bisa dipesan juga gak pak?
- I: Bisa, ya bisa. Jadi kalo yang itu seperti itu pesan baru kita sediakan.
- P: Maksudnya gak selalu ada gitu ya pak.
- I: Oh tidak, tidak. Karena ya apa ya tidak semua yang mau. Kalo ada pesenan ya buat. Jadi makanan yang ada di sini tuh semua serba baru. Habis tamu ya udah bubar seperti sekarang ini.
- P: Jadi jam segini jam 9an gini ya gak ada ya pak.
- I: Iya gak ada, gak ada yang pesen begitu. Jadi kalo ada yang pesen kemaren, hari ini kita siapkan.
- P: Kalo yang saya denger dari Pak Joko bahannya ini fresh ya pak.
- I: *Fresh*, kalo mau seledri aja cabe aja saya itu ngambil sendiri di ladang di bawah itu mas ini bawah.
- P: Di bawah depan itu pak?
- I: Itu depan rumah itu kan ada bawang ada sayur, saya ya ngambilnya dari situ. Kalo kentang kan harus ke ladang punya sendiri terus saya taruh di wadah. Beda sama bawang dan lombok yang gede tuh lombok terong itu kita ngambil dari kebun.
- P: Terus pak kalo faktor pendukung yang lainnya itu seperti apa? Tadi kan yang pertama bahannya yang *fresh*.
- I: Jadi kita kalo ikan ayamnya kita siapin ya beli di pasar pagi itu juga, jadi ya seandainya hari ini makan jam segini kan baru datang, tadi pagi kita masak langsung tidak pakai nginap di kulkas.
- P: Berarti bahan lagi ya pak yang memang benar-benar segar.
- I: Ya betul. Tidak ada jadi tidak ada masakan yang tandon di rumah, tidak ada.
- P: Jadi ya beli terus masak gitu-gtu terus ya pak.

- I: Iya gitu aja. Sayur lain juga gitu pagi jam setengah 6 ke pasar kalo ada yang pesen selanjutnya tidak ya gitu aja.
- P: Kalo menu yang biasa disajikan itu seperti apa pak?
- I: Menu nya itu ya ada ikan ayam, ikan asin, ada telur goreng, ada emi goreng, ada dadar kentang, jagung, bakwan, sayur, urap-urap, sop, kerupuk.
- P: Kalo sayur daun ranti itu ada pak?
- I: Sayur ranti itu dari hutan, ada pohonnya. Kalo yang sering disajikan itu ada daun semenan. Itu aslinya ya mas kaya semaian kol yang sudah dipanen itu kan wungkul gitu, tunasnya yang tumbuh itu. Jadi sebulan setengah baru muncul itu yang enak. Warnanya kehijauan. Nah itu enak, jadi semaian yang baru.
- P: Terus gini pak kan saya denger dari Pak Joko di sini kan udah tujuh taun ya pak kerjasama. Jadi selama itu apakah ada pak wisatawan yang tidak puas, maksudnya kok gini masakannya gitu ada gak pak?
- I: Selama ini ya yang komplek belum ada. Malah ya banyak yang suka gitu yang saya dengar ya karena masakannya itu bukan masakan hotel bukan masakan restoran.
- P: Oh iya pak saya denger Ancala Inn dari Pak Joko ya sarapannya juga nasi goreng ya udah bosan kali ya kalo orang-orang itu makan gitu.
- I: Ya betul. Jadi kalo makan di sini itu kalo pesen kamar jadi *include* nya emang nasi goreng tetapi kalo minta prasmanan nambah sendiri jadi nambah lima belas ribu jadi prasmanan. Pokoknya kalo prasmanan lauknya macem-macem sepuasnya udah. Jadi gini mas saya kan ada temen di travel juga banyak, kemudian jadi guide juga banyak jadi ya pengennya perluas tempat ini mas. Ya kalo emang gak ada yang pesen ya sepi gini ini.
- P: Apalagi kalo *weekend* ya pak.
- I: Iya mas seperti itu hanya seolah-olah kalo sepi gini ya gak ada makanan orang gak tau. Tapi kalo ada pemesanan ya rame mas. Sibuk banget di sini. Itu ada di kayo *homestay* di *instagram* di sini ini.
- P: Oh di sini toh kayo *homestay* pak hehehe. Saya taunya Bu Yon dari Pak Joko.
- I: Itu ada makanan jadi itu pas menyediakan ya rame mas, itu ya gitu.
- P: Iya pak saya dapet foto dari Pak Joko ya rame pake taplak kotak-kotak merah putih gitu.
- I: Iya ya makannya di sini di parkir mobil itu. Jadi ya mobil dikeluarkan kita sulap gitu makannya di situ. Ya memang Pak Joko udah langganan lama di sini. Tadi malam mau ke sini tapi dibatalin.
- P: Jadi ya ruame terus ya pak hehe.
- I: Iya mas jadi kalo misal ada tamu nginep yaa kita oper ke *homestay* sebelah, tapi ya makannya tetep di sini. Kita service begitu. Kalo mereka mau nasi goreng ya monggo, prasmanan ya monggo.
- P: Terus ini pak, yang saya dengar dari Pak Joko yang jadi faktor penghambat itu di sini itu belum banyak yang sadar wisata.

- I: Ya pertama itu juga, yang kemudian karena waktu, mereka pekerjaannya itu kan bukan pekerjaan wisata jadi kerja wisata atau driver jeep itu sampingan aja. Pekerjaan utama ya ke ladang, petani.
- P: Kalo bapak sendiri?
- I: Saya PNS mas anggota nya Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Saya di Ranupani tugasnya.
- P: Wah ya jauh sekali ya pak.
- I: Ya lumayan lah 30 kiloan dekat lah hehe Malang ke Tumpang nda jauh.
- P: Lewat mana pak kalo kerja?
- I: Ya lewat pasir, ini mas monggo diminum.
- P: Oh iya pak terima kasih. Jadi ya rata-rata di sini pekerjaan utama ya di ladang ya pak.
- I: Kalo ibu ya di rumah, senengannya ya masak kebetulan banyak langganan jadi ya kita sediakan mas. Terus apalagi ini mas informasi yang bisa saya bantu?
- P: Oh iya sudah pak sudah. Terima kasih ya pak.
- I: Iya mas sama-sama. Diminum dulu mas terus sarapan.

### Transkrip Wawancara 9

(21 April 2017) Saudara Rizky sebagai wisatawan yang mengunjungi Taman

Nasional Bromo Tengger Semeru

- P: Mmm maaf saya ulangi lagi ya mas yang tadi gak sempat terekam. Yang pertama yang mau saya tanyakan itu bagaimana persepsi masnya terhadap kuliner yang disajikan disini ini mas? Kan tadi mas udah makan ya mas. Habis ya mas makannya hehe
- I: Oh iya mas habis kok.
- P: Terus persepsinya mas gimana tentang kuliner di sini ini?
- I: Kalo menurut saya ya suasananya itu loh. Selain makanannya emang enak suasananya sangat-sangat yaa gimana bayangin aja mas sendiri makan enak terus tempat nya bagus itu malah menggugah selera.
- P: Tempatnya bagus gimana mas?
- I: Iya-iya jadi pemandangannya di *homestay* tuh viewnya bener-bener bukit-bukit ke bawah gitu, menurut saya bagus aja sih. Soalnya ya saya baru sih makan di tempat kaya gitu.
- P: Baru makan di tempat gitu atau gimana mas sebelumnya?
- I: Mmm baru sekali sih ini.
- P: Emang di Jakarta gak ada mas?

- I: Gak ada mas hehehe.  
 P: Berarti menurut mas sendiri selain rasanya ya suasananya lah gitu ya mas.  
 I: Nah iya gitu mas menurut saya ya itu.  
 P: Mmm mungkin hawa dingin kali ya mas yang enak ya.  
 I: Nah iya hawa dingin kan bisa buat laper tuh mas.  
 P: Oke jadi itu aja ya mas hehehe, terima kasih ya atas jawabannya.  
 I: Iya mas.

### Transkrip Wawancara 10

(25 April 2017) Bapak Subur sebagai kepala Resort Tengger Laut Pasir Taman

#### Nasional Bromo Tengger Semeru

- P: Yang pertama yang mau saya tanyakan ini eee perkembangan jualannya makanan sendiri itu seperti apa pak? Apakah dari dulu memang sudah seperti itu eee
- I: Penjualannya? Kulinernya gitu ta mas? Gini mas sebetulnya ada sih yang spesifik ya kuliner di Bromo ini cuma orang sini itu kurang telaten ya kan. Tau telaten gak mas?
- P: Tekun pak
- I: Nah iya kurang bisa memanfaatkan situasi peluang padahal di sini itu sudah diaklamsikan, sudah digembar-gemborkan ada kuliner tradisional orang Tengger asli nasi aron. Cuma nasi aron itu membutuhkan keahlian untuk mengolahnya. Setelah diolah jadi makanan jadi kuliner terus cara mengkonsumsinya juga butuh keahlian khusus. Kalo orang gak biasa dia akan tersedak.
- P: Nasi aron itu jagung putih ya pak.
- I: Jagung putih lembut tepung, saya kira kalo kaya tepung-tepung maizena pun alus. Jadi beras jagung lah ya kalo saya ngarani ya beras jagung nah itu yang disebut dengan aron. Kalo gak bisa cara mengkonsumsinya kaya mas-mas orang kota ini dia akan tersedak, apalagi kalo ada sayurnya sambelnya kan pedes-pedes tersedak gak enak. Ya memang itu kalo belum terbiasa ya susah mas malah nyusahin. Karena dia itu memiliki bahaya tersedak itu, soalnya begitu aron masuk ke mulut itu memang harus didorong dengan air.
- P: Wah jadi harus makan minum makan minum gitu ya pak.
- I: Ya gak banyak juga pokoknya kalo aron sudah ditelan ya seretnya ilang. Itu yang membuat orang sini itu tidak semua bisa menelan aron itu tadi.
- P: Kalo yang jualnya ada pak?
- I: Ada, banyak.

- P: Di warung sekitar sini atau dimana pak?
- I: Ya kalo singgah ke rumah masyarakat di *homestay* gitu ya butuh waktu emang tapi kalo untuk mengolah aron itu. Sekitar tiga sampai empat harian untuk mengolah aron itu karena jagung itu harus direndam dulu sampai jagung itu empuk, jagung yang keras itu yang kering itu di rendem sampai istilahnya membusuk. Terus akhirnya timbul butiran-butiran berupa tepung, ditumbuk terus jadi tepung aron. Habis itu dimasak, itu butuh dua kali masak. Setelah aron itu dimasak, diangkat masih berupa batangan tepung kaya garam bata gitu. Setelah itu dingin dihancurkan lagi istilahnya dijadikan kaya nasi gitu. Habis itu dimasak lagi biar matang.
- P: Ya mirip-mirip nasi jagung ya pak.
- I: Yaa itu terus aron bisa dimakan dengan lauk, sayur kemudian dipanggang di api berupa batangan, diiris tipis.
- P: Kaya ketan bakar gitu ya pak?
- I: Yaa begitu, dimakan aronnya aja gak papa tapi ya kalo gak bisa makannya itu tadi ya kesedak kesereten. Itu yang membuat orang sini itu kurang telaten dan ogah untuk mengolah aron itu karena apa nilai pada saat dijual juga gak begitu mahal karena bahannya murah terus tingkat permintaan dari wisatawan ya gak ada. Pengunjung sendiri taunya beras.
- P: Iya datang kesini kan yang ada di warung saja.
- I: Nah iyaa, kalo mau disediakan itu istilahnya perlu perlakuan tersendiri dan pelatihan tersendiri baru bisa makan begitu.
- P: Kalo secara umum eee penjualan makanan itu tersebarinya dimana aja sih pak?
- I: di Cemorolawang banyak di Ngadisari banyak. PKL itu di pasir banyak, Yang untuk deket-deket kawasan itu ya laut pasir itu banyak, cuma istilahnya pagi berdiri sore udah pulang. Kalo kontinyu 24 jam ya Cemorolawang, Penanjakan.
- P: Oh yang ini ya pak yang bangunan permanen.
- I: Iya yang bangunan permanen. Saya kira jarang sekali kalo warung menyediakan nasi aron. Memang harus ada permintaan.
- P: Terus ini pak kalo dari pihak TNBTS sendiri itu ada gak pak kaya program khusus untuk meningkatkan kualitas makanan yang dijual, atau meningkatkan kualitas sdm pedagangnya gitu pak.
- I: Maksudnya kualitasnya?
- P: Mmm kan kalo kaya kualitas pelayanan terus eee kaya yang saya wawancarai ke wisatawan kan warungnya kok gak semi permanen di laut pasir.
- I: Kalo di laut pasir itu sebetulnya dibebaskan dari segala aktivitas mas, iya kan. Itu zonanya zona rimba, hanya orang tertentu yang memiliki izin untuk masuk ke sana. Itu karena sudah terlanjur basah, pengelolaan laut pasir itu ada semacam revisi zonasi-zonasi. Yang untuk PKL itu kita jadikan zona khusus terus yang lain masih zona rimba. Cuma karena kepentingan masyarakat itu tadi ya mau gak mau harus ada revisi zonasi. Kembali ke hubungan kuliner yang di laut pasir tadi sebenarnya mereka gak boleh di sana.

- P: Yang pas di kaki Gunung Bromo itu pak?
- I: Iya yang di situ mas ya gak boleh di situ. Di samping itu mengurangi estetika pandangan alamnya kan terganggu karena ada pondokan gitu. Kembali ke lingkungan tadi, namanya orang sudah ada usaha di situ pasti ada sampahnya, detergenya ya kan, minyaknya itu juga sampah. Sampah yang gak kelihatan itu minyak kelapa yang udah dibuang terus detergen untuk nyuci itu kan zat bahan kimia. Laut pasir itu harus terbebas dari itu. Cuma karena udah salah kaprah ya kita juga sedikit meminimalisir. Jadi kita plot mereka di parkiran, gak boleh kemana-mana. Yaudah di situ aja biar gak nyebar kemana-mana.
- P: Kalo penataan PKL nya sendiri itu gimana pak? Kan ini udah jelas gak boleh yang di dekat pura, kok gak dipindahkan?
- I: Nah itu karena kesadaran mereka itu tadi. Kalo petugas itu saya sama Pak Sarmin itu kerja keras itu.
- P: Itu udah pernah dibongkar pak?
- I: Udah itu pernah dibongkar, diangkut ke kantor juga. Ya karena itu tadi, masnya tinggal dimana?
- P: Saya di Malang.
- I: Rumah mas? Aslinya?
- P: Balikpapan.
- I: Balikpapan, yang namanya PKL itu ya kan dimana-mana itu penyakit. Untung saja di Bromo Tengger gak ada Satpol PP ya. Kalo ada Satpol PP itu kan musuhnya PKL. Ada bedak di sana tinggal ambil. Tapi yang namanya penertiban itu kan ya kadang kita lakukan. Upaya jera buat mereka ada, barangnya kita ambil dan kita bawa ke kantor.
- P: Begitu ya pak, sering?
- I: Banyak mas, sering. Cuma itu tadi karena urusan perut ya kan itu nomer satu. Mereka mencari tempat yang menurut mereka layak.
- P: Iya pak, strategis. Dilihat orang banyak.
- I: Kalo masalah lingkungan itu nomer 27 bagi mereka hahaha yang penting laku.
- P: Kalo yang boleh itu emang di parkiran jeep ya pak?
- I: Iya boleh itu.
- P: Terus mmm kan ini TNBTS udah ditetapkan jadi 10 destinasi wisata prioritas, apakah ada upaya untuk meningkatkan kualitas pedagang atau kuliner yang ada?
- I: Kalo mau meningkatkan kuliner itu tepatnya di luar dulu. Kan di sana karena dari segi kebersihan juga terjamin, air juga ada, tempat juga representatif ada mejanya, lantainya keramik. Kalo di laut pasir sepintas bersih tapi kotor. Sekitarnya kencing kuda, tai kuda. Kalo menurut mas sehat gak itu?
- P: Ya jelas gak sehat pak hahaha.
- I: Lha iya jelas kan gak sehat, lha makanya itu. Kalo mau ditata sedemikian rupa di Bromo itu harus ada semacam tempat baik bisa di luar kawasan mas. Itu tugasnya mungkin dari Kementerian Pariwisata bersinergi lah. Karena kawasan

itu yang di warung-warung Cemorolawang itu udah berada di luar Taman Nasional.

P: Lava view itu juga pak?

I: Iya lava view juga mas wilayah pemerintah daerah. Kalo di dalam TN itu gak ada yang istilahnya semi permanen itu gak ada. Kecuali IPPA Bromo Permai itu pengelolanya apa mmm ijin khusus ijin pemanfaatan pariwisata alam satu-satunya di situ.

P: Mmm terus kan ini pak, saya habis wawancara pedagang mereka bilang faktor penghambatnya yang utama itu air.

I: Pedagang dimana itu mas?

P: Di laut pasir pak.

I: Ya memang dibuat seperti itu, biar mereka gak betah.

P: Tapi saya lihat di laut pasir kaya ada pipa gitu pak.

I: Oh pipa itu untuk ke kantor mas. Memang dibuat seperti itu. Kalo semuanya kita fasilitasi di situ ya mereka akan tinggal disana, beranak pinak disana. Kalo udah laut pasir menjadi semacam kampung, apa kata dunia hahaha. Ada air ada listrik betah mereka. Karena satu-satunya apa namanya mata air, ini saya bicara tentang laut pasir ya. Laut pasir itu Laut pasir itu berfungsi sebagai tandon air raksasa dibawahnya. Hujan terus menerus muaranya di laut pasir. Meresap akhirnya keluar di sini ini mas. Ini yang saya minum ya sumber air dari Bromo.

P: Berarti kalo nyedot di sana ya gak bisa ya pak?

I: Ya gak bisa mas karena kedalamannya sampe ratusan meter. Air meresap ke pori-pori bumi keluar di sini. Makanya bagaimanapun juga harus kita juga kesinambungan laut pasir Gunung Bromo untuk kepentingan bersama. Semua di sini membutuhkan, Pasuruan juga muncul mata air, Probolinggo juga muncul, itu semua dari Bromo. Nah begitu itu yang penting harus kita jaga bersama

P: Terus ini pak pertanyaan terakhir pak. Peran kuliner dalam meningkatkan citra Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sendiri itu seperti apa? Sudah sejauh apa?

I: Saya kira peran kuliner di situ belum ada apa-apanya. Kuliner yang di Bromo itu masih istilahnya kuliner secara umum yang disajikan warung-warung di bawah. Ada nasi rawon, ada pecel. Jadi kuliner yang spesifik untuk Bromo belum ada. Ya itu tadi kendalanya kesulitan nya itu tadi, pengunjung wisatawan sendiri belum biasa untuk mengonsumsui itu. Prosesnya juga, nilai ekonomis juga. Wes bikinnya udah susah, dijual gak dimakan. Itu yang membuat orang enggan.

P: Baik terima kasih pak atas jawabannya ya pak.

I: Iya mas sama-sama, nah itu diminum kopi nya mas.

## Transkrip Wawancara 11

(22 Mei 2017) Saudari Seri sebagai wisatawan yang mengunjungi Taman Nasional

### Bromo Tengger Semeru

- P: Pagi mbak, perkenalkan saya Auzan mahasiswa Pariwisata Universitas Brawijaya. Jadi ini mbak saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Ada pertanyaan yang mau tanyakan kepada mbak. Oh iya mbak namanya siapa ya?
- I: Iyah nama saya Seri. Saya dari Samarinda.
- P: Samarinda Kalimantan Timur? Ohh jadi datang ke sini kapan?
- I: Kira-kira sih kemarin siang sih sekitar jam 11.
- P: Berarti dari bandara langsung ke Bromo sini?
- I: Iya bener langsung *take homestay* gitu.
- P: Berarti gak nganggur mbak kalo nunggu sampe malam jalannya?
- I: Iya lumayan sih gak nganggur banget. Bisa liat-liat keadaan di sini.
- P: Di sini nginep di mana? Di daerah mana?
- I: Di Wonokitri.
- P: Oh gitu ya mbak. Terus yang pertama yang mau saya tanyakan untuk skripsi saya, ini mbaknya kan udah banyak makan di sini
- I: Iya sih mas.
- P: Terus yang mau saya tanyakan di sini, bagaimana faktor pendukungnya kuliner yang ada di sini. Kan judul saya adalah Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Nah bagaimana faktor pendukungnya ya?
- I: Mmm kalo di sini ya jelas dari faktor pendukungnya ya pemandangannya sendiri ya di sini. Iya bener dari view nya yang kerasa beda aja sih kalo kita makan di sini sama di kota kan jelas beda. Kalo di kota kan gitu-gitu aja.
- P: Gitu-gitu aja gimana maksudnya mbak?
- I: Yaudah banyak orang yang bisa nikmatin jajanan makanan di pinggir-pinggir jalan. Mmm kita kalo di sini kita makan sambil liat pemandangan. Otomatis makanan yang biasa-biasa aja jadi lebih enak rasanya gitu.
- P: Ohh jadi ya emang pemandangannya ya. Emang pemandangannya Bromo beda apa dengan pemandangan sama-sama dengan gunung lain?
- I: Pemandangan Bromo ya jelas beda lah yaa dengan gunung lain, kita bisa liat laut pasir, gak cuma Bromo kan ada Gunung Batok, sama puncaknya Semeru dikit. Ya yang berkesan sih liat dari Penanjakan sana ngeliat ke bawah gitu kaya maket raksasa gitu apalagi pas *sunrise*.
- P: Jadi mbak nikmatin sambil makan gitu? Apa gimana?
- I: Iya sambil makan jadi ya lebih enak lah pas makan gitu.

- P: Jadi menurut mbak yang jadi faktor pendukungnya ya pemandangan tadi yaa?
- I: Iya jelas sih itu. Terasa lebih enak ajalah kalo dimakan gitu.
- P: Terus ini mbak pertanyaan kedua sejauh mana sih peran kuliner di sini itu mbak? Sudah signifikkah? Atau belum?
- I: Kalo dibilang signifikan sih gak juga ya, karena kalo diliat masih banyak sampah lah kan gak enak pas makan. Ya lebih ke pengelolaannya, kalo bisa sampah ini dikurangi atau bahkan bisa bebas dari sampah. Kan sayang banget tempat wisata yang bagus kaya gini tapi jadi agak gak enak gara-gara sampah. Sebenarnya kalo mau ditingkatkan dari kuliner bisa sih ya mas.
- P: Bisa gimana mbak maksudnya? Dari mananya?
- I: Maksudnya dari segi jenis makanannya itu banyak mas tinggal milih.
- P: Mmm ini ya mbak diversifikasi produknya gitu?
- I: Iya mas. Bisa lah, makanannya juga enak, saya kemaren makan di homestay juga enak. Cuma ini sih banyak yang harus diperbaiki menurut saya kaya tatanan warungnya tuh itu juga kalo rapi kan ya enak.
- P: Jadi menurut mbak ya bisa sih ya sebenarnya ditingkatkan citranya taman nasional ini lewat kuliner?
- I: Ooo jelas bisa banget kalo mau ningkatin citra lewat kuliner, apalagi dari ragam makanan sama *view* nya itu bisa banget meningkatkan citranya.
- P: Ohh jadi itu gitu ya mbak. Oke deh mbah pertanyaannya udah selesai. Terima kasih ya mbak sebelumnya atas jawabannya.
- I: Ya mas sama-sama.

*Lampiran 3*  
**Dokumentasi Penelitian**



Peneliti bersama Bapak Yon pemilik *homestay* di sekitar kawasan TNBTS



Peneliti bersama peneliti lain berfoto dengan Kepala Resort Tengger Laut Pasisir



Peneliti bersama Bapak Joko pemilik Biro Perjalanan Anggada Indonesia



Peneliti berfoto di pintu masuk kawasan Resort Tengger Laut Pasisir

*Lampiran 4***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****DATA PRIBADI**

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. Nama Lengkap            | : Auzan Tawadlu Akbar                  |
| 2. Tempat, Tanggal Lahir   | : Balikpapan, 31 Mei 1993              |
| 3. Jenis Kelamin           | : Laki-laki                            |
| 4. Alamat Asal             | : Jl. Bunyu no. 718 Balikpapan         |
| 5. Alamat di Malang        | : Jl. Cengger Ayam Dalam no. 43 Malang |
| 6. Minat                   | : Destinasi                            |
| 7. Program Studi           | : Pariwisata                           |
| 8. Jurusan                 | : Administrasi Bisnis                  |
| 9. Fakultas                | : Ilmu Administrasi                    |
| 10. Universitas            | : Brawijaya                            |
| 11. Nomor <i>Handphone</i> | : 081231394139                         |
| 12. Email                  | : auzanta@gmail.com                    |

**RIWAYAT PENDIDIKAN****PENDIDIKAN FORMAL**

1. 1998 – 1999 : TK Tunas Harapan 2 Balikpapan
2. 1999 – 2001 : SD Islam Cendekia Terpadu Puskib Balikpapan
3. 2001 – 2005 : SD Islam Terpadu Al-Auliya Balikpapan
4. 2005 – 2008 : SMP Negeri 3 Balikpapan
5. 2008 – 2011 : Madrasah Aliyah Negeri 3 Malang
6. 2011 – 2012 : Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya
7. 2013 – 2017 : Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang

**PENDIDIKAN NON FORMAL**

1. Maret 2016 : Tersertifikasi *Guide* Ekowisata oleh Lembaga Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional (LSP PARNAS) di Kampung Cokelat Blitar.

**PENGALAMAN ORGANISASI**

1. 2016 – 2017 : Kepala Divisi Infokom Himpunan Mahasiswa Pariwisata Indonesia (HMPI) DPW IV Jawa Timur.
2. 2017 : Generasi Pesona Indonesia Jawa Timur

**PENGALAMAN KEPANITIAN**

1. Divisi transportasi Event Bromo Marathon pada tahun 2014 dan 2015.
2. *Volunteer* Bina Desa Wisata Sanankerto Himpunan Mahasiswa Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya pada 2015 dan 2016.
3. Fasilitator Gathering HMPI DPW IV Jawa Timur pada tahun 2016.
4. *Volunteer* pendampingan Desa Dompok Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek menjadi desa wisata pada 2016.