
**" THE POTENTIAL OF CULINARY TOURISM AS A TOURIST
ATTRACTION IN THE CITY OF BANDUNG"**

**"POTENSI WISATA KULINER SEBAGAI OBJEK WISATA DI KOTA
BANDUNG"**

Ita Karnita¹, Superwiratni², Sri Marini³
e-mail: itakarnita@akparnhi.ac.id, superwiratni@akparnhi.ac.id, srimarini@ajparnhi.ac.id
¹) Perhotelan Akademi Pariwisata NHI Bandung

ABSTRACT

The development of culinary tourism in the city of Bandung has increased significantly. This is evidenced by the city of Bandung being named one of the cities with the best traditional food in Asia by the Taste Atlas Awards 2021. The diversity of Traditional Foods in the city of Bandung as well as abundant, diverse and unique raw materials provides a huge opportunity for the sale of culinary tourism in the city of Bandung because the potential for culinary tourism is supported by the attractiveness of culinary tourism in the city of Bandung. This research focuses more on the potential of traditional food, tourist attraction and culinary tourism. These things are the reasons this research must be done. The results showed that traditional food is a potential for the development of culinary tourism in Bandung City so that traditional food has a role in developing culinary tourism, especially in Bandung City. This research uses a qualitative approach. The informants are traditional food producers and sellers in the Bandung City area. The research location is in all areas of Bandung City. Data collection was carried out using observation, interview, and documentation study techniques.

Keywords : : Potensi wisata, daya tarik wisata, wisata kuliner, Kuliner Cihapit

INTRODUCTION

Setiap kawasan wisata memiliki daya tarik wisata tersendiri yang disebut potensi wisata. Potensi wisata menurut yoeti adalah segala sesuatu yang terdapat di destinasi wisata dan menjadi daya tarik sehingga masyarakat ingin berkunjung ke kawasan wisata tersebut. Potensi yang dimiliki oleh suatu daerah perlu dikembangkan agar tempat tersebut banyak dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Pengertian potensi wisata adalah daya tarik tempat wisata yang memiliki daya tarik dan dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan (Sendi, 2020). Sementara itu, menurut (Kristiana, et al 2018) potensi pariwisata adalah adanya keunggulan dalam unsur pariwisata yang dapat dikembangkan untuk mencapai tujuan tertentu. Pengalaman seseorang yang bepergian di suatu destinasi wisata tidak terlepas dari konsumsi makanan dan minuman selama kunjungan wisatawan ke suatu tempat wisata. Makanan merupakan bagian penting dari liburan, sehingga

kunjungan ke restoran cenderung menjadi pengalaman puncak bagi wisatawan (Harsana, 2020). Hal ini dikarenakan makan merupakan salah satu kebutuhan pertama manusia, meskipun dalam perkembangannya saat ini tujuan makan tidak hanya untuk mengisi perut, tetapi merupakan pengalaman yang dinanti-nantikan, yaitu mencari makanan khas dari suatu daerah. Wisata kuliner tidak hanya untuk mengenal dan merasakan budaya lain, tetapi juga untuk melatih rasa petualangan, kemampuan beradaptasi, dan keterbukaan. Perkembangan teknologi melalui media sosial menjadikan wisata kuliner sebagai salah satu wisata yang memiliki perkembangan sangat pesat saat ini. Pesatnya perkembangan wisata kuliner telah mengubah gaya hidup masyarakat di Indonesia. Tujuan wisatawan yang sebelumnya hanya ingin menikmati makanan kini tidak hanya menikmati makanan tetapi juga disertai dengan keinginan untuk mencari suasana dan pelayanan. Bandung merupakan kota yang kaya akan jenis makanan dan

merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan wisata. Perkembangan wisata kuliner di Kota Bandung mengalami peningkatan yang cukup pesat. Berikut ini adalah tabel jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung dalam 3 tahun terakhir.

Tabel 1
Data Kunjungan Wisatawan
Kota Bandung
2021 s/d 2023

Jenis Wisatawan	Jumlah Wisatawan Menurut Jenis (jiwa)		
	2021	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	33961	37285	38570
Wisatawan Domestik	4973649	6546960	7713937
Jumlah	5007610	6584245	7752507

Sumber: Dinas Pariwisata dan kebudayaan 2024

Dari tabel di atas, terlihat bahwa kunjungan wisatawan ke Kota Bandung dari tahun 2021 hingga 2023 mengalami peningkatan setiap tahunnya, terutama jumlah wisatawan domestik. Hal ini terindikasi dipengaruhi oleh banyaknya tempat wisata kuliner di Kota Bandung. Wisata kuliner di Kota Bandung telah menjadi bagian penting dari kegiatan pariwisata karena memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut Sumaryadi dan Ganef (2010), hampir semua wisatawan menyatakan bahwa wisata kuliner merupakan kegiatan yang wajib dilakukan saat berkunjung ke Kota Bandung dan merupakan kegiatan favorit wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Wisata kuliner di Kota Bandung menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan yang akan berwisata dengan tujuan menikmati berbagai jenis makanan. Potensi Kota Bandung di bidang kuliner dengan beragam makanan yang unik, lezat dan beragam serta masuk ke lidah semua kalangan diharapkan dapat meningkatkan kinerja pariwisata di Kota Bandung. Fungsi wisata kuliner tidak hanya untuk mempopulerkan tempat secara harfiah, tetapi juga sebagai potensi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan aspek lain yang masih berhubungan dengan tempat tersebut

seperti budaya, sosial dan latar belakang kota Bandung. Wisata kuliner juga memiliki potensi secara langsung atau tidak langsung untuk memperkenalkan dan meningkatkan industri pariwisata yang ada.

Peran wisata kuliner tidak hanya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau sebagai sumber penghasilan, tetapi juga upaya memperkenalkan kuliner khas yang menjadi ciri khas suatu daerah tertentu. Sehingga dalam hal ini wisata kuliner di kawasan wisata juga merupakan sesuatu yang menjanjikan sebagai daya saing dalam rangka mempromosikan pariwisata. Wisata kuliner dengan kearifan bahan pangan lokal patut diperhatikan, harus terus dieksplorasi dan dikembangkan mengingat wilayah Indonesia khususnya Kota Bandung memiliki beragam produk yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan dan minuman. Hal ini selain menjaga hasil produksi sekaligus untuk melestarikan budaya, khususnya masakan tradisional.

Makanan khas umumnya berupa makanan tradisional yang keberadaannya hanya ada di turis

Area tujuan. Keanekaragaman pangan tradisional sangat mendukung terwujudnya pangan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner (Harsana et al., 2018) Potensi wisata kuliner didukung oleh keberadaan tempat wisata di suatu daerah. Wisata kuliner adalah sesuatu yang mewah dan eksklusif. Wisata kuliner menekankan pengalaman gastronomi yang unik dan menegaskan, bukan pada kemewahan restoran atau kelengkapan jenis makanan dan minuman yang tersedia. Wisata kuliner adalah perjalanan yang memanfaatkan masakan dan suasana lingkungannya sebagai objek tujuan wisata. Wisata kuliner sebagai industri pariwisata terkait penyediaan makanan dan minuman mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini dikarenakan tren wisatawan saat ini adalah mengunjungi suatu kawasan wisata untuk mencari atau berburu makanan khas di daerah tersebut.

Wisata kuliner merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan domestik

maupun mancanegara yang menyelenggarakan wisata dengan tujuan untuk menikmati berbagai jenis makanan. Wisata kuliner di Indonesia saat ini menjadi andalan bagi masyarakat di berbagai tempat wisata. Kuliner di kawasan wisata juga menjadi sesuatu yang menjanjikan sebagai daya saing dalam rangka mempromosikan pariwisata. Sebagai sumber penghasilan bagi warga sekaligus untuk memperkenalkan kuliner khas yang menjadi ciri khas daerah tertentu. Sukerti, Marsiti, dan Suriani (2016) makanan tradisional merupakan bentuk warisan dari nenek moyang terdahulu dengan mengelompokkan berbagai jenis makanan, lauk pauk, sayuran, makanan ringan dan minuman. Karena makanan bukan hanya untuk dikonsumsi, tetapi sebagai media dalam menjalin hubungan antara manusia dengan dewa atau roh leluhur, sesama manusia, dan dengan alam. Dalam membuat makanan tradisional, peran budaya sangat penting, yaitu berupa keterampilan, kreativitas, sentuhan artistik, tradisi dan rasa. Semakin tinggi budaya suatu komunitas, semakin luas pula variasi bentuk makanan dan semakin kompleks cara pembuatannya dan semakin rumit cara penyajiannya.

Soekarto (dalam Harsana et al, 2018) daya tarik makanan seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur berperan penting dalam menilai makanan siap saji. Salah satu daya tarik kuliner yang memiliki daya tarik adalah pasar kuliner cihapit. Pasar Cihapit adalah pasar tradisional yang menawarkan pengalaman berbelanja dan bersantap yang unik. Ada banyak tempat permata tersembunyi yang bisa dikunjungi di Pasar Cihapit. Pasar Cihapit sangat viral karena adanya perubahan transformasi yang awalnya hanya pasar tradisional biasa menjadi pasar yang banyak menyajikan makanan modern dan kekinian yang secara otomatis berpotensi menjadi daya tarik wisata kuliner di Kota Bandung. Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai

potensi wisata kuliner Street Food Cihapit untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke Kota Bandung.

2. ULASAN LITERATUR

2.1. Sekilas Tentang Objek Wisata

Tempat Wisata

Suatu daerah dipengaruhi oleh tempat wisata yang dimiliki oleh suatu daerah atau tempat wisata. Konsep tempat wisata adalah daya tarik dan potensi sebuah kawasan wisata untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Tempat wisata dapat berupa benda, kegiatan, atau kegiatan yang dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung. Untuk mendorong wisatawan berkunjung, tempat wisata perlu memenuhi tiga kriteria, yaitu: Sesuatu untuk dilihat, yaitu sesuatu yang dapat dilihat, sesuatu yang harus dilakukan, yaitu kegiatan atau fasilitas yang tersedia, sesuatu yang harus dibeli, yaitu fasilitas untuk berbelanja menurut Beberapa ahli merumuskan rumus komponen atau atribut sebagai faktor penarik dalam menilai destinasi wisata sebagai tempat wisata, misalnya Chahal & Devi (2015) dengan 5A, yaitu layanan atraksi, akomodasi, aksesibilitas, kesadaran dan tambahan.

Aksesibilitas destinasi mengacu pada fasilitas infrastruktur, sedangkan akomodasi meliputi penginapan hotel, bungalow dan tenda berkemah di mana wisatawan/pengunjung dapat menginap, makan, tidur, dan merasa nyaman dan nyaman untuk bepergian. Layanan tambahan dan atribut kesadaran mencakup semua layanan yang diberikan kepada pengunjung atau pemasok layanan dan kesadaran pariwisata. Menyiratkan kemampuan untuk mengingat wisatawan tentang citra tujuan di benak pengunjung. Sedangkan Buhalis (2000) merumuskan formula dengan 6A, yaitu atraksi, amenities, aksesibilitas, aktivitas, paket yang tersedia, dan layanan tambahan. Atraksi (alam, buatan manusia, dibangun khusus, warisan, acara khusus); aksesibilitas (seluruh sistem transportasi yang terdiri dari rute, terminal, dan kendaraan); fasilitas (fasilitas akomodasi dan catering, ritel, layanan wisata lainnya);

2.1.1 Gambaran Umum Daya Tarik

Menurut I Gusti Bagus Rai Utama (2016, hal.142) Objek wisata adalah segala sesuatu dalam suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai berupa keanekaragaman sumber daya alam dan buatan manusia yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan Damanik dan Weber (2006; 13) menyebutkan bahwa tempat wisata yang baik erat kaitannya dengan 4 hal, yaitu memiliki keunikan, orisinalitas, keaslian dan keragaman.

Keunikan didefinisikan sebagai kombinasi dari kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu objek wisata. Orisinalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian dengan seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau mengadopsi nilai yang berbeda dari nilai aslinya. Keaslian mengacu pada keaslian, berbeda dengan orisinalitas, keaslian lebih sering dikaitkan dengan tingkat keindahan atau eksotisme budaya sebagai objek wisata. Pasar Cihapit terletak di kawasan Pasar Cihapit Bandung. Konsep wisata kuliner adalah street food, di mana pengunjung akan menemukan berbagai penjual makanan tradisional dan modern di pasar tradisional.

2.1.2 Sekilas Tentang Makanan Tradisional

Bandung sangat kaya akan makanan tradisional. Banyak makanan tradisional menggunakan bahan-bahan lokal yang membuat wisatawan berlomba-lomba untuk membelinya. Makanan tradisional adalah makanan yang menjadi ciri khas suatu daerah. Pada awalnya, makanan tradisional ditujukan untuk kegiatan/ritual tertentu suatu daerah. Selain terkait dengan budaya, makanan tradisional biasanya juga memiliki manfaat kesehatan. Makanan tradisional adalah makanan yang menjadi ciri khas daerah tertentu.

Awalnya, makanan tradisional ditujukan untuk kegiatan/ritual tertentu di suatu daerah. Selain terkait dengan budaya, makanan tradisional biasanya juga memiliki manfaat kesehatan. Salah satu peran makanan

tradisional adalah sebagai ikon daerah tertentu sehingga dapat dijadikan daya tarik wisata bagi suatu daerah. Menurut Dewi. T. (2011) makanan tradisional termasuk dalam pengetahuan lokal atau disebut kearifan lokal karena mengandung nilai-nilai budaya dan filosofi dari daerah tertentu. Menurut Alonso, E. B. (2015) makanan sarat dengan nilai simbolis dalam kelompok masyarakat dan telah menjadi sarana komunikasi yang menciptakan atau memperkuat hubungan sosial, mengekspresikan identitas pribadi atau kelompok manusia (misalnya etnis, kelas, jenis kelamin) dan terhubung dengan sekelompok orang yang masih hidup atau leluhur. Saat ini, ada banyak makanan tradisional yang bisa ditemukan ketika wisatawan berkunjung ke kota Bandung. Makanan juga dapat dilihat sebagai bentuk pencampuran lebih dari satu kultur (Jusoh, 2019). Selanjutnya, makanan tradisional adalah makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu, dengan cita rasa khas yang diterima oleh masyarakat tersebut (Intan Nopitasari, Intan Oktaviani, 2017). Wisata Kuliner Menurut Putra, et.al., (2014) wisata kuliner merupakan kegiatan wisata yang harus dicari

Makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Wisata kuliner adalah kegiatan yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah untuk menikmati beberapa makanan dan minuman khas kawasan tersebut dan membuat kenangan. Bahan Makanan Lokal Makanan lokal adalah makanan tradisional yang diproduksi dari suatu daerah di Indonesia yang terdiri dari berbagai makanan olahan, baik makanan pokok maupun makanan tambahan. Makanan lokal dapat dijadikan ciri khas suatu daerah. Pangan lokal adalah produk pangan yang telah lama diproduksi, dikembangkan dan dikonsumsi di suatu wilayah atau komunitas tertentu.

Dengan berkembangnya makanan tradisional memberikan kesempatan bagi masyarakat sekitar untuk. Wolf (2004) menyatakan bahwa wisata kuliner bukanlah sesuatu yang mewah dan eksklusif, wisata kuliner menekankan pengalaman yang unik

dan bukan pada kemewahan menyajikan makanan. Asosiasi Wisata Kuliner Internasional (ICTA) menyatakan bahwa wisata kuliner bukanlah hal baru, terkait dengan wisata agriwisata tetapi lebih fokus pada bagaimana suatu makanan atau minuman dapat menarik wisatawan untuk menikmatinya. Menyajikan kuliner kepada wisatawan tidak hanya mengantarkan atau menyajikan makanan lokal kepada wisatawan, tetapi sebagai upaya menghubungkan makanan dengan budaya lokal dan budaya global. Potensi wisata kuliner tidak hanya sebagai upaya untuk mengenalkan kuliner lokal kepada wisatawan, tetapi juga memiliki efek multidimensi (Richards, 2012). Menurut Seogiarto (2018), kuliner adalah memasak dalam arti hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah berwisata ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas untuk mendapatkan pengalaman baru tentang kuliner (Hall dan Mitchell, 2001, dalam Sari, 2013). Dalam pengertian ini, pusat wisata kuliner adalah tempat yang menyajikan berbagai makanan olahan sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman baru tentang kuliner. Daya Tarik Wisata Pengertian "Atraksi" adalah segala sesuatu yang dicari atau dikunjungi oleh pengunjung karena nilai, karakteristik, dan daya tariknya berupa berbagai sumber daya alam, keterampilan manusia dan budaya. Menurut definisi yang diberikan di atas, "objek wisata" adalah setiap sumber daya alam, aset budaya, atau kreasi buatan manusia yang berpotensi tumbuh menjadi tempat wisata (Ariana, 2015) Menurut (Wardani, Toenlio, & Wedi, 2018) daya tarik adalah kekuatan seseorang atau objek untuk menarik seseorang kepada mereka dan membujuk mereka untuk menyukainya. Dari uraian ini diilustrasikan bahwa keinginan seorang turis untuk bepergian dan alasan utama mereka memilih tujuan tertentu keduanya dipengaruhi oleh keberadaan tempat wisata yang sangat baik dan berkualitas tinggi (Crouch & Ritchie, 2003) Penentu utama kebahagiaan dan loyalitas wisatawan adalah daya tarik. Loyalitas pelanggan merupakan faktor yang

menjamin kelangsungan bisnis (Hermawan, 2017). Keanekaragaman pangan tradisional sangat mendukung terwujudnya pangan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner (Harsana et al, 2018) Potensi wisata kuliner didukung oleh keberadaan tempat wisata di suatu daerah. Wisata kuliner adalah sesuatu yang mewah dan eksklusif. Wisata kuliner menekankan pengalaman gastronomi yang unik dan menegaskan, bukan pada kemewahan restoran atau kelengkapan jenis makanan dan minuman yang tersedia.

2.1.3. Sekilas Tentang Pasar Cihapit

Salah satu kawasan kuliner yang menjadi daya tarik wisata di Kota Bandung adalah pasar Cihapit. Berbeda dengan pasar tradisional pada umumnya yang terkesan bau dan lusuh, Pasar Cihapit terlihat bersih, tertata rapi dan tidak berbau. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola pasar sangat memperhatikan kebersihan dan kenyamanan pengunjung. Dan pasar Cihapit tidak hanya menjual makanan tradisional tetapi juga makanan kekinian seperti Mister Pho, Bakmi Tjo Kin, Rama Ramen, toko roti Seroja dll. Seiring dengan perkembangan zaman, Pasar Cihapit tidak mau ketinggalan. Pasar ini telah berubah menjadi pasar digital. Manajer Pasar Cihapit berkolaborasi dengan Gojek-Tokopedia (GoTo) untuk mengubah wajah pasar tradisional menjadi lebih modern dan menarik.. Pasar Cihapit adalah contoh pasar tradisional yang telah berhasil beradaptasi dengan zaman. Meski sudah berdiri puluhan tahun, pasar ini tetap eksis dan menjadi pilihan masyarakat Kota Bandung untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Pasar Cihapit bukan hanya tempat transaksi jual beli, tetapi juga bagian dari sejarah dan budaya masyarakat Bandung. Dengan transformasi yang dilakukan, diharapkan Pasar Cihapit dapat terus bertahan dan berkembang di masa depan. Cihapit yang terletak di jantung kota Bandung memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata kuliner yang menarik. Berdasarkan hasil diskusi dan diskusi, potensi wisata kuliner Cihapit dalam hal kegiatan wisata yang dapat dilaksanakan sangat beragam dan berfokus

pada otentik dan pengalaman kuliner interaktif.

3. METODE

3.1 Metode

Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan penelitian ini, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Penelitian Lapangan

a. Teknik Observasi menurut Sugiyono (2018: 229) observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik spesifik jika dibandingkan dengan teknik lainnya. Pengamatan juga tidak terbatas pada manusia, tetapi juga benda alam lainnya. Teknik observasi yang penulis lakukan adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek wisata kuliner di Kota Bandung. Lokasi yang digunakan sebagai lokasi penelitian Pasar Cihapit

b. Teknik wawancara atau wawancara dilakukan melalui proses tanya jawab yang dilakukan langsung kepada wisatawan terkait penelitian ini. Menurut Sugiyono (2020: 114), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga makna dapat dikonstruksi dalam topik tertentu. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan 20 responden termasuk wisatawan yang datang dari Jakarta dengan latar belakang pelajar dan pekerja dengan rentang usia 20-30 tahun dan pemilik usaha kuliner di Kota Bandung.

2. Studi sastra juga berarti teknik pengumpulan data dengan memeriksa buku, literatur, catatan, dan berbagai laporan terkait masalah yang akan dipecahkan (Nazir, 2003). Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dari referensi dari buku, jurnal dan repositori yang terkait dengan penelitian ini.

3. Teknik dokumentasi adalah data oleh penulis dengan mengumpulkan dokumen dari sumber yang mengetahui tentang sumber informasi yang dapat diandalkan yang mengetahui tentang sumber informasi

yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2018: 476) dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, tokoh tertulis dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat mendukung penelitian. Di bawah ini adalah gambaran destinasi wisata kuliner di Kota Bandung

3.1.

Gambar Pasar Kuliner Cihapit



4. HASIL DAN DISKUSI

Wisata kuliner kawasan cihapit berpotensi meningkatkan pariwisata di Kota Bandung. Kawasan wisata kuliner cihapit juga berpotensi untuk mengenalkan aspek lain yang berkaitan dengan suatu daerah. Wisata kuliner tidak akan lepas dari makanan tradisional. Wisata kuliner tidak hanya dapat dijadikan potensi untuk mempopulerkan tempat tersebut tetapi dapat digunakan untuk mengenalkan aspek lain yang berkaitan dengan kota Bandung. Melalui Wisata Kuliner dapat dipromosikan suatu daerah, selain itu budaya dan sosial serta latar belakang kota Bandung dapat diperkenalkan. Kota Bandung memiliki karakteristik dan karakteristik tersendiri dalam produk pangan karena kondisi geografis, masyarakat sosial budaya dan keragaman bahan pangan serta kreativitas pelaku wisata kuliner. Analisis potensi wisata kuliner di Kota Bandung sebagai objek wisata dapat dilakukan dengan menggunakan konsep tempat wisata. Berikut adalah beberapa poin utama yang dapat dijelaskan:

1. Daya tarik.

Potensi wisata kuliner di kawasan Cihapit khususnya dalam konteks daya tarik wisata kuliner dari segi atraksi memiliki banyak keunggulan yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Keanekaragaman Kuliner Lokal Cihapit sebagai salah satu daerah di Bandung memiliki keanekaragaman kuliner yang sangat kaya, mulai dari jajanan tradisional hingga menu modern yang inovatif.

Wisatawan yang datang ke Cihapit dapat menikmati berbagai jenis kuliner khas Bandung Kelezatan kuliner ini menjadi daya tarik utama, karena selain rasanya yang khas, mereka juga menawarkan pengalaman kuliner yang otentik dan unik. Tempat wisata kuliner Cihapit juga dilengkapi dengan nilai sejarah dan budaya yang kental. Banyak tempat makan di sekitar Cihapit telah ada selama beberapa dekade, menjadikannya bagian dari sejarah kuliner Bandung.

Menyajikan kuliner tradisional dengan cara yang telah bertahan selama bertahun-tahun menjadikan Cihapit sebagai kawasan yang menarik bagi wisatawan yang ingin merasakan sejarah masakan Indonesia, khususnya yang berada di Bandung. Cihapit juga dikenal sebagai daerah yang memiliki pasar kuliner malam yang ramai, terutama pada malam hari. Ini menjadi salah satu tempat wisata yang menarik wisatawan untuk menikmati suasana kota Bandung di malam hari. Penjual makanan yang menyajikan beragam jajanan kaki lima dengan harga terjangkau dan cita rasa yang menggugah selera menjadikannya destinasi kuliner yang tidak boleh dilewatkan. Selain kuliner tradisional, kawasan Cihapit juga berpotensi menjadi pusat inovasi kuliner. Banyak restoran dan kafe yang mengembangkan konsep fusion atau kombinasi masakan tradisional dan internasional.

Misalnya, "tahu gejrot" yang disajikan dengan cara modern atau kuliner Bandung yang diolah dengan cita rasa global. Inovasi seperti ini mampu menarik perhatian wisatawan yang menginginkan pengalaman kuliner yang lebih modern dan kreatif. Selain itu, salah satu daya tarik utama di Cihapit adalah interaksi langsung antara wisatawan dan pembuat makanan. Beberapa warung atau pedagang kuliner menawarkan kesempatan untuk melihat langsung bagaimana makanan mereka dibuat, misalnya membuat kue Batagor, kue hasta, surabi, cilok. Wisatawan

yang menyukai pengalaman kuliner langsung atau "petualangan makanan" akan terkesan dengan cara tradisional membuat makanan yang masih diawetkan.

2. Aksesibilitas

Masyarakat lokal di Cihapit berperan penting dalam melestarikan masakan tradisional, serta memastikan kualitas dan keragaman produk yang ditawarkan. Keterlibatan masyarakat ini dalam pengembangan wisata kuliner dapat menjadi salah satu daya tariknya, dengan memberikan pengalaman kuliner kepada wisatawan yang tidak hanya berlandaskan makanan, tetapi juga budaya dan keunikan sosial masyarakat setempat.

Aksesibilitas geografis Cihapit relatif baik, mengingat lokasinya yang berada di pusat Kota Bandung, sehingga mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi, transportasi umum, maupun berjalan kaki. Beberapa faktor yang mendukung aksesibilitas geografis Cihapit adalah: Cihapit terletak di daerah yang dekat dengan area utama seperti Alun-alun Bandung, Braga dan kawasan Dago sehingga wisata kuliner pasar Cihapit mudah ditemukan sebagai bagian dari jalur wisata yang lebih besar di Kota Bandung. Ada banyak pilihan transportasi umum seperti transportasi umum, taksi dan bus trans metra Bandung. Selain itu, kawasan wisata kuliner Cihapit tidak terlalu jauh dari stasiun kereta api Bandung yang memudahkan wisatawan yang datang dari luar kota untuk mengaksesnya.

Bagi wisatawan lokal, aksesibilitas Cihapit sangat mudah, mengingat banyaknya jalur transportasi umum yang tersedia dan jarak yang relatif dekat dari pusat kota. Beragamnya sajian kuliner, mulai dari makanan tradisional hingga jajanan kekinian, juga menjadikan Cihapit sebagai tujuan wisata kuliner yang populer bagi masyarakat setempat.

Bagi wisatawan mancanegara, Cihapit juga menawarkan akses yang mudah, tetapi mereka mungkin membutuhkan informasi lebih lanjut tentang transportasi umum dan fasilitas yang ada. Penyediaan layanan dalam bahasa internasional dan arah yang jelas di

wilayah tersebut dapat membantu meningkatkan kenyamanan wisatawan asing.

Kegiatan ini melibatkan pedagang kuliner lokal dalam kegiatan wisata, di mana mereka tidak hanya menjual makanan, tetapi juga berbagi cerita tentang asal usul dan keunikan kuliner yang mereka tawarkan. Wisata kuliner Cihapit dapat mendukung pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal melalui program pelatihan atau promosi bersama yang dapat menarik lebih banyak wisatawan.

3. Akomodasi

Cihapit sebagai salah satu daerah yang terkenal dengan kekayaan kulinernya di Bandung, memiliki potensi besar di sektor wisata kuliner. Pembahasan mengenai potensi wisata kuliner Cihapit dari segi akomodasi melibatkan berbagai aspek yang dapat menunjang daya tarik kawasan bagi wisatawan, baik domestik maupun internasional. Akomodasi yang tersedia di sekitar Cihapit sangat bervariasi, mulai dari hotel berbintang hingga penginapan sederhana dan homestay. Jenis akomodasi yang beragam ini memberikan pilihan bagi berbagai segmen traveler, mulai dari yang mencari kenyamanan mewah hingga yang ingin menikmati suasana lokal dengan harga yang lebih terjangkau.

- Hotel dan Penginapan Ada beberapa hotel bintang di sekitar Cihapit yang menawarkan kenyamanan dan fasilitas lengkap bagi wisatawan. Hotel-hotel ini dapat menarik wisatawan yang menginginkan akomodasi yang lebih mewah, serta lokasinya yang dekat dengan pusat kuliner di Cihapit.
- Homestay dan Wisma Wisma: Ada juga pilihan penginapan yang lebih ramah anggaran seperti homestay atau wisma yang sering menawarkan pengalaman yang lebih dekat dengan budaya lokal. Hal ini memberikan nilai tambah bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner sambil merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat sekitar

4. Awareness

Kesadaran Masyarakat Tentang Wisata Kuliner Cihapit Pengenalan Masih Terbatas

Cihapit sebagai kawasan kuliner yang kaya akan sejarah dan keunikan, masih kurang dikenal oleh sebagian besar wisatawan, baik lokal maupun internasional. Banyak orang yang tidak tahu bahwa Cihapit memiliki beragam kuliner khas yang bisa menjadi objek wisata. Pentingnya Meningkatkan Awareness Agar Cihapit menjadi destinasi wisata kuliner yang lebih terkenal, perlu ada peningkatan kesadaran melalui promosi yang lebih intens, baik secara online maupun offline. Misalnya, melalui media sosial, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memiliki peran besar dalam meningkatkan kesadaran tentang wisata kuliner. Cihapit memiliki potensi besar untuk dijadikan destinasi kuliner viral jika dikelola dengan baik. kolaborasi dengan influencer kuliner, dan promosi melalui acara lokal.

5. KESIMPULAN

Potensi wisata kuliner Cihapit sangat besar, apalagi jika dilihat dari sisi kegiatan yang bisa dilakukan oleh wisatawan. Dengan berbagai kegiatan interaktif seperti workshop memasak, wisata kuliner, festival kuliner, dan pasar malam, Cihapit dapat menjadi destinasi wisata kuliner yang sangat menarik dan mampu bersaing dengan destinasi wisata kuliner lainnya di Bandung. Selain itu, pentingnya melibatkan masyarakat lokal dan menjaga kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan daya tarik wisata kuliner Cihapit di mata wisatawan.

Dari segi akomodasi, Cihapit memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik wisata kuliner. Dengan beragam pilihan akomodasi yang mendukung kenyamanan dan aksesibilitas, serta kolaborasi erat antara sektor akomodasi dan industri kuliner, kawasan ini dapat menjadi destinasi wisata kuliner yang semakin populer. Kualitas pelayanan dan pengembangan fasilitas yang lebih baik akan semakin memperkuat daya tarik kawasan ini di mata wisatawan.

1. Daya Tarik Kuliner Potensial Cihapit

Keanekaragaman Kuliner: Cihapit menawarkan beragam kuliner yang menarik dan unik, seperti makanan tradisional Sunda, jajanan pasar, dan aneka kopi Bandung. Keanekaragaman ini menjadi daya tarik yang

luar biasa bagi wisatawan yang ingin mencoba berbagai jenis kuliner dalam satu daerah.

Suasana Lokal Otentik: Cihapit mempertahankan nuansa lokal yang kuat, dengan banyak warung makan dan warung kecil yang menawarkan cita rasa otentik. Hal ini memberikan pengalaman kuliner yang berbeda dibandingkan dengan atraksi kuliner yang lebih komersial.

Harga Terjangkau: Harga kuliner di Cihapit relatif terjangkau, terutama bagi wisatawan dengan budget terbatas. Hal ini membuat Cihapit menjadi pilihan yang menarik bagi banyak orang.

2. Tantangan dan Saran untuk Pengembangan Aksesibilitas

Peningkatan Fasilitas Parkir: Mengingat banyaknya wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi, ada kebutuhan untuk pengembangan fasilitas parkir yang lebih memadai untuk menampung wisatawan.

Peningkatan Aksesibilitas bagi Pejalan Kaki: Pembangunan trotoar yang lebih luas dan aman sangat diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan dengan berjalan kaki, terutama di daerah yang ramai dan padat.

Informasi Turis yang Ditingkatkan: Memberikan lebih banyak petunjuk arah dalam berbagai bahasa, serta peta interaktif yang memandu wisatawan ke tujuan kuliner dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, terutama bagi wisatawan internasional.

Konektivitas dengan Wisata Lain: Pengembangan rute transportasi umum yang lebih terintegrasi, serta penataan akses ke kawasan kuliner Cihapit sehingga lebih mudah dijangkau dari tempat wisata populer lainnya di Bandung.

Kesimpulan Potensi wisata kuliner di Cihapit sangat besar, namun aksesibilitas menjadi faktor yang perlu diperhatikan untuk menunjang daya tariknya. Akses yang baik dari segi transportasi umum, kedekatan dengan pusat kota, dan keragaman kuliner menjadi kekuatan utama. Namun, perlu ada perbaikan infrastruktur, terutama untuk pejalan kaki dan sarana parkir, agar Cihapit

dapat menjadi destinasi wisata kuliner yang lebih nyaman dan mudah diakses oleh wisatawan dari berbagai lapisan masyarakat.

Potensi wisata kuliner Cihapit memiliki peluang besar untuk berkembang, terutama dalam meningkatkan *kesadaran* melalui pemanfaatan media sosial, promosi yang lebih intens, dan kolaborasi antara pelaku usaha, masyarakat, dan pemerintah. Peningkatan fasilitas pendukung, pengembangan branding yang kuat, dan penyelenggaraan acara kuliner juga menjadi faktor penting dalam memperkenalkan Cihapit sebagai destinasi wisata kuliner yang menarik. Dengan strategi yang tepat, Cihapit dapat menjadi salah satu destinasi wisata kuliner unggulan di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alonso, E. B. (2015) *The impact of culture, religion and traditional knowledge on food and nutrition security in developing countries*
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. 2003. *The competitive Destination A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing, Wallingford.
- Buhalis (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism Management*, 21(1), 97–116
- Chahal, H., & Devi, A. (2015). *Destination Attributes and Destination Image Relationship in Volatile Tourist Destination: Role of Perceived Risk*. *Metamorphosis: A Journal of Management Research*, 14(2), 1–19.
<https://doi.org/10.1177/0972622520150203>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
- Hall dan Mitchell, 2001, dalam Sari, 2013 *makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner*
- Harsana, M. dkk.. (2018) 'Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta', HEJ
- Harsana. 2020. *Potensi makanan tradisional terhadap daya Tarik wisata kuliner D.I.yogyakarta*. *Jurnal UNY*
- Hermawan, (2017). Jakarta : Ghalia. Indonesia, 1982. Page 2. Hermawan, Hary. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya*
- J. R. Brent Ritchie, Geoffrey Ian Crouch ; Edisi, berilustrasi, cetak ulang ; Penerbit, CABI, 2003
- Kristian, J., Zain, S., Nurjanah, S., Widyasanti, A., & Putri, S. H., 2016, *Pengaruh Lama Ekstraksi Terhadap Rendemen Dan Mutu Minyak Bunga Melati Putih Menggunakan Metode Ekstraksi Pelarut Menguap (Solvent Extraction)*, Volume 10, Nomor 2,
- Marsiti, C. I., Suriani, N., & Sukerti, N. (2019). *Strategi Pengembangan Makanan Tradisional Berbasis Teknologi Informasi Sebagai Upaya Pelestarian Seni Kuliner Bali*. *Jurnal IKA Vol.17*, 132
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Putra, et al., (2014) Ade Putra, et al. (2014). *Korelasi kebudayaan & Pendidikan membangun pendidikan berbasis budaya local*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obar Indonesia.
- Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi*, Edisi 12. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Source Url:
<https://bandungkota.bps.go.id/indicator/16/251/1/jumlah-wisatawan-menurut-jenis.html>. Access Time: July 18, 2024, 3:06 pm
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wardani, D. N., Toenlio, A. J., & Wedi, A. (2018). *Daya tarik pembelajaran di era. 21 dengan Blended Learning*. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 1(1)
- Seogianto. (2018). Hall dan Mitchell, 2001, dalam Sari, 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Perenhalindo.