

ANALISIS POTENSI WISATA KULINER TRADISIONAL BETAWI SEBAGAI DAYA TARIK WISATA

Vira Aulia Adriana¹, Prayogo Susanto²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
viraulia10@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pada potensi wisata kuliner tradisional Betawi sebagai daya tarik wisata di Asinan Kamboja H. Mansyur Rawamangun, Jakarta Timur, DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata kuliner makanan tradisional betawi tersebar di seluruh DKI Jakarta, terutama di Jakarta Timur Rawamangun yaitu di Asinan Kamboja H. Mansyur. Dari hasil wawancara owner, karyawan, dan pengunjung memenuhi kriteria seperti fasilitas tempat makan yang layak dan nyaman, menjadi salah satu makanan untuk oleh-oleh khas makanan tradisional Betawi, serta Asinan Kamboja juga banyak diminati oleh kalangan anak muda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi pengembangan pada Asinan Kamboja H. Mansyur hanya dari mulut ke mulut konsumen, hal ini juga menjadi saran kepada Asinan Kamboja H. Mansyur untuk adanya fasilitas layanan online atau *sosial media* untuk mempermudah konsumen yang jarak jauh untuk membeli. Dengan ini, akan menjadi pengembangan untuk menarik daya tarik wisatawan lokal atau mancanegara.

Kata Kunci: Asinan, Daya Tarik Wisata, Strategi Pengembangan, Wisata Kuliner.

ABSTRACT

This study aims to determine the development strategy for the potential of traditional Betawi culinary tourism as a tourist attraction in Asinan Kamboja H. Mansyur Rawamangun, East Jakarta, DKI Jakarta. This study uses a qualitative descriptive method. Data collection techniques that will be used in this study are interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the potential for traditional Betawi culinary tourism is spread throughout DKI Jakarta, especially in East Jakarta Rawamangun, namely in Asinan Kamboja H. Mansyur. From the results of interviews with owners, employees, and visitors, it meets the criteria such as decent and comfortable dining facilities, being one of the foods for typical Betawi traditional food souvenirs, and Asinan Kamboja is also in great demand by young people. The conclusion of this study is that the development strategy at Asinan Kamboja H. Mansyur is only by word of mouth from consumers, this is also a suggestion to Asinan Kamboja H. Mansyur for online service facilities or social media to make it easier for consumers who are far away to buy. With this, it will be a development to attract local or foreign tourists.

Keywords: Asinan, Culinary Tourism, Development Strategy, Tourist Attraction.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keberagaman kuliner yang menggambarkan kekayaan budaya dan geografis di seluruh nusantara. Makanan tradisional Indonesia mencerminkan keanekaragaman tersebut dan telah menjadi warisan kultural yang sangat berharga. Saat ini, tren wisata kuliner semakin berkembang di masyarakat Indonesia, di mana orang-orang ingin lebih memahami budaya Nusantara melalui pengalaman mencicipi makanan dan minuman tradisional yang dijual di wilayah setempat.

Dalam mengembangkan dan memperkuat industri pariwisata, Indonesia dapat dikatakan memiliki potensi yang besar, karena memiliki keunikan dan kekhasan seperti suku bangsa yang beragam. Jadi bisa dikatakan Indonesia memiliki kesempatan yang besar dalam menjadikan industri pariwisata sebagai salah satu penopang ekonomi. Kemudian, perkembangan pariwisata bisa menjanjikan serta menguntungkan karena mampu berkembang sebagai suatu aset atau pembangunan nasional. Ditambah apabila disokong dengan kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya.

Kota Administrasi Jakarta Timur merupakan salah satu wilayah administrasi di bawah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Secara geografis letak Kota Administrasi Jakarta Timur berada pada 106°49'35" Bujur Timur dan 06°10'37" Lintang Selatan. Memiliki luas wilayah mencapai 188.03 Km² atau mencapai 28,37% dari luas total wilayah Provinsi DKI Jakarta. Sebagian besar wilayah Kota Administrasi Jakarta Timur terdiri dari dataran rendah.

Rawamangun, salah satu kawasan di Jakarta Timur, telah menjadi sorotan sebagai pusat kuliner yang menawarkan beragam hidangan lezat, termasuk

kuliner tradisional Betawi. Adapun beberapa makanan khas Betawi, menurut Suswandari (2017) diantaranya yakni nasi uduk, soto Betawi, soto tangkar, sayur besan, sayur bebanci, sayur gabus pucung, bir pletok, roti buaya, kerak telur, asinan betawi, dan selendang mayang. Banyaknya makanan khas Betawi di sekitar Rawamangun ditandai oleh keberadaan berbagai warung dan restoran sehingga berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner yang menarik. Melalui kolaborasi antara pemilik usaha kuliner dan akademisi, dapat dirumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan untuk industri pariwisata kuliner di kawasan Rawamangun. Serta keterlibatan semua pihak terkait, dapat diciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan pariwisata kuliner yang berkelanjutan. Pengembangan pariwisata kuliner di Rawamangun tidak hanya akan memberikan manfaat dalam hal promosi budaya dan wisata, tetapi juga berpotensi untuk memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat setempat. Untuk mencapai kesuksesan dalam pengembangan pariwisata kuliner, penting untuk memahami preferensi dan kebutuhan wisatawan, dengan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang dicari oleh pengunjung potensial, dapat dirancang pengalaman wisata kuliner yang lebih menarik dan memuaskan.

Di tengah keramaian kuliner Rawamangun, mulai dari *seafood*, bakso gepeng, bakmi tasik, nasi uduk, dan lain sebagainya, terdapat juga salah satu kuliner yang telah menonjol sebagai destinasi populer yakni Asinan Kamboja H. Mansyur. Warung ini dikenal dengan sajian asinan yang khas dan menggugah selera, yang telah menarik banyak pengunjung dari berbagai kalangan. Namun, hingga saat ini belum ada penelitian yang mendalam mengenai

potensi pariwisata kuliner tradisional Betawi di kawasan ini. Dalam konteks ini, sangat diperlukan untuk memahami lebih dalam tentang daya tarik dan potensi pengembangan wisata kuliner di Rawamangun, khususnya di Asinan Kamboja H. Mansyur.

Terdapat beberapa pilihan kuliner khas Betawi yang dapat dipromosikan sebagai daya tarik wisata. Salah satunya yaitu Asinan Betawi. Meskipun terdapat varian asinan lain yang cukup banyak di Indonesia, asinan betawi memiliki karakteristik yang berbeda. Isi dari asinan ini juga cukup beragam, mulai dari taoge, kol, mentimun, selada segar, disajikan bersama dengan irisan tahu mentah dan kerupuk mi, kemudian disiram dengan kuah kacang dan taburan kacang goreng serta gula merah cair. Rasa yang diciptakan menjadi rasa segar, pedas, dan gurih yang tak tertandingi.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam mengidentifikasi aspek pendorong terhadap wisatawan dalam mengunjungi Asinan Kamboja H. Mansyur dan kawasan sekitarnya menggunakan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi dan tantangan, dapat dirumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan daya tarik pariwisata kuliner di Rawamangun. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang pariwisata kuliner dan pengembangan warisan kuliner tradisional dengan meneliti lebih lanjut potensi wisata kuliner di daerah lain, dapat dikembangkan strategi pengembangan yang dapat diadopsi untuk meningkatkan pariwisata kuliner secara luas di seluruh Indonesia.

Melalui pengembangan pariwisata kuliner yang berkelanjutan, diharapkan dapat tercipta dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat setempat, termasuk peningkatan pendapatan dan

kesejahteraan, dengan demikian penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan baru tentang potensi wisata kuliner di Rawamangun, tetapi juga berpotensi untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan lokal dan pelestarian warisan budaya kuliner Betawi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang ada, baik yang sedang berlangsung ataupun lampau. Aktor yang terpenting dalam jenis penelitian ini yaitu peneliti karena penekanan dalam jenis penelitian ini proses dibanding hasil. Penelitian deskriptif kualitatif dipilih peneliti untuk melihat lebih dalam proses interaksi antara peneliti dengan narasumber (sumber data). Oleh karena itu, melalui jenis penelitian tersebut, peneliti bisa mendeskripsikan temuan penelitian lebih spesifik terkait dengan Analisis Potensi Wisata Kuliner Tradisional Betawi sebagai Daya Tarik Wisata di “Asinan Kamboja H. Mansyur Rawamangun”.

Teknik pengumpulan data dilakukan tidak hanya untuk mengetahui jenis data dan tata cara pengumpulan data, tetapi juga berhubungan dengan perizinan, strategi sampling kualitatif, dan strategi kualitatif agar tepat sesuai dengan masalah yang ingin diteliti. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data tersebut dipilih untuk digunakan agar menghasilkan data yang lebih akurat.

Dalam teknik wawancara, pewawancara atau peneliti akan memberikan pertanyaan dan jawaban atas pertanyaan akan diberikan oleh informan, sehingga peneliti mampu mengetahui hal yang lebih mendalam terkait dengan fenomena yang sedang diteliti. Menurut pendapat Esterberg dalam Sugiyono (2017) terdapat beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi- terstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dan mendalam adalah jenis yang dipilih untuk digunakan oleh peneliti, peneliti telah menyiapkan pertanyaan penelitian, yang kurang lebih memiliki gambaran jawabannya, akan tetapi tetap memberikan ruang variasi jawaban. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan alat bantu, berupa gambar, brosur, recorder, dan lainnya.

Observasi yang dilakukan kemudian dicatat secara logis dan analitis untuk menggali lebih dalam terkait hal yang sedang dikaji. Peneliti dalam hal ini melihat potensi wisata kuliner tradisional betawi, yaitu Asinan Kamboja H. Mansyur Rawamangun sebagai daya tarik wisata. Sehingga melalui observasi secara langsung, maka penulis dapat memperkuat data penelitian.

Dokumentasi yang dikumpulkan dan dipaparkan menjadi bukti bahwa kegiatan yang dilakukan adalah ada benarnya dan sungguh-sungguh dilakukan tanpa adanya manipulasi atau rekayasa. Selain itu, peneliti akan mendokumentasikan kegiatan wawancara yang dilakukan bersama narasumber dan rekaman serta hasil wawancara.

HASIL PENELITIAN

Responden Asinan Kamboja H. Mansyur

Pada penelitian ini peneliti mewawancarai 1 orang owner, 1 orang karyawan, dan juga 6 konsumen yang datang ke resto ini. Ibu Ayu dengan umur 52 tahun adalah menantu sekaligus penerus owner pada resto ini, Ibu Yuli dengan umur 45 tahun merupakan 1 karyawan yang ada pada resto ini, dan terdapat 6 konsumen yang saya wawancarai.

Wawancara dilakukan dengan cara bertahap dari bulan Februari 2024 hingga Mei 2024. Hasil penelitian ini dengan teknik wawancara kepada narasumber sebagai bentuk pencarian data dan juga observasi non partisipan di lapangan yang kemudian peneliti analisis, berikut merupakan tabel jadwal wawancara yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1. Jadwal Wawancara Kepengurusan

Nama Kepengurusan	Tanggal Wawancara	Tempat Wawancara
Ayu	22 Februari 2024	Melalui Online
Yuli	23 Februari 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur

(Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024)

Tabel 2. Jadwal Wawancara Pembeli

Nama Informan	Tanggal Wawancara	Tempat Wawancara
Febby	8 Maret 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur
Dewi	29 Maret 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur
Dwi	24 April 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur
Irwan	24 April 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur
Ida	11 May 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur
Komar	11 May 2024	Asinan Kamboja H. Mansyur

(Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024)

Asinan Kamboja ini sudah berdiri lebih dari 15 tahun dengan menjual asinan Kamboja buah dan sayur yang hingga saat ini tidak ada perubahan yakni dalam cita rasanya, hingga pada saat ini sudah banyak sekali pelanggan yang tetap yang terus menerus membeli asinan di tempat ini, dikarenakan rasa dan harga yang terjangkau. Asinan Kamboja H. Mansyur terletak di Jl. Taman Kamboja No. 10, Rawamangun, Jakarta, yang sudah dari dulu berdiri di tempat itu tanpa ada pernah bertukar tempat atau membuka cabang baru dimanapun selama ia menjual asinan Kamboja ini. Dari hasil observasi yang saya lakukan ternyata tidak hanya orang tua yang membeli produk ini, bahkan anak muda pun menyukai Asinan Kamboja dengan berbagai alasan. Banyak yang mengira juga Asinan Kamboja hanya diminati oleh para remaja saja namun orang tua pun juga suka.

Asinan Kamboja ini bisa dinikmati oleh semua kalangan dikarenakan hanya menggunakan buah dan sayur segar alami saja tanpa memakai bahan kimia apa pun dalam pembuatannya dan membuat sehat.



Gambar 1. Asinan Kamboja
(Sumber: Dokumen Peneliti, 2024)



Gambar 2. Bumbu Kacang khas dari Asinan Kamboja
(Sumber: Dokumen Peneliti, 2024)

Dari hasil wawancara Asinan Kamboja ini menggunakan sayuran dan buah yang segar dengan bumbu kacangnya yang khas resep turun temurun dari H. Mansyur ini menjadikan suatu cita rasa kepada konsumen yang selalu ingin kembali membeli Asinan Kamboja ini. Begitu juga dengan harga yang ada sangatlah terjangkau, berikut harga makanan yang ada di Asinan Kamboja yakni:

Tabel 3. Harga Semua Menu

No.	Nama	Harga
1	Asinan Sayur	20.000
2	Asinan Buah	18.000

(Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024)

Dari hasil wawancara kepada karyawan dan konsumen dengan harga berikut konsumen mengaku sangat terjangkau harga yang ditawarkan. Namun sebagian besar karyawan berkata dengan harga tersebut tidak memenuhi adanya omzet harian pada penjualan, tetapi itu tidak menjadi permasalahan yang besar karena resto ini adalah resto keluarga yang harus diteruskan semenjak Alm. H. Mansyur tiada.



Gambar 3. Dokumentasi Foto Karyawan
(Sumber: Dokumen Peneliti, 2024)

Pada kondisi seperti ini saya ingin mengolah dan meneliti apakah Asinan Kamboja H. Mansyur Rawamangun terlebih dalam Asinan buah dan sayur yang sudah jarang ditemui ini bisa memenuhi sebagai potensi wisata kuliner dan menjadikan sebagai daya tarik wisatawan lokal ataupun International untuk datang mencari Asinan buah dan sayur pada resto ini.

PEMBAHASAN

Potensi Wisata Kuliner Asinan Kamboja H. Mansyur

Menurut Putra dalam Syarifuddin (2018) menyatakan bahwa wisata kuliner adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik serta mengesankan.

Dalam hal ini potensi wisata kuliner yang dimiliki Asinan Kamboja H. Mansyur tidak hanya mengenai produk makanan yang ditawarkan tetapi juga terdapat budaya makanan tradisionalnya. Oleh sebab itu, makanan atau minuman melalui wisata kuliner sering kali dijadikan sebagai tempat dalam rangkaian promosi budaya dan sosial latar belakang daerah atau kota.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi adanya peningkatan wisatawan khususnya dari luar kota DKI Jakarta yang menjadikan Asinan Kamboja ini sebagai makanan

tradisional Betawi sebagai oleh-oleh. Dengan adanya persaingan wisata kuliner di Jakarta, Asinan Kamboja mampu mempertahankan dan menarik pengunjung untuk datang kembali dari segi rasa yang tidak pernah berubah, sayuran dan buah yang selalu segar, dan fasilitas tempat makan yang nyaman dan memadai. Menurut Cooper dkk (1995) mengemukakan bahwa terdapat beberapa komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata seperti: aksesibilitas, atraksi, fasilitas.

Hal ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa Asinan Kamboja H. Mansyur menjadi salah satu potensi wisata kuliner, yakni: aksesibilitas, seperti tempat ini terjangkau dengan terminal dan transportasi umum. Fasilitas, seperti tersedianya toilet, tempat parkir, dan tempat makan untuk pengunjung. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan, hal ini bahwa masyarakat setempat juga ikut berperan aktif dengan membantu dan mengembangkan wisata kuliner ini.

Strategi Pengembangan

Strategi adalah rencana yang dirumuskan secara sistematis oleh sebuah organisasi baik organisasi publik maupun organisasi swasta dan dijadikan sebagai langkah-langkah yang terarah dan berorientasi pada jangka panjang dalam pencapaian tujuan organisasi. Strategi membentuk sebuah pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi. Keputusan-keputusan yang diambil organisasi tersebut nantinya dijadikan pedoman dalam mewujudkan kemajuan organisasi dengan strategi yang dilakukan.

Adapun hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan daerah wisata, dengan kata lain pengembangan yang dilakukan tidak bisa hanya sembarangan saja harus ada target dan tujuan yang dicapai,

sehingga apa yang diharapkan dari pengembangan daerah tujuan wisata tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan. Adapun diperlukan pengembangan potensi wisata kuliner untuk menjadikan wisata kuliner tersebut lebih maju dan berkembang bahkan tidak kalah saing dengan para kompetitor.

Menurut Nawawi dari sudut etimologis berarti penggunaan kata “strategik” dalam manajemen sebuah organisasi dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah dan adanya tujuan strategik organisasi (Nawawi, 2003)

Strategi merupakan pendekatan yang keseluruhan berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema yang mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki cara untuk mencapai tujuan secara efektif (Fandi, 2000).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang dirumuskan secara sistematis oleh sebuah organisasi baik organisasi publik maupun organisasi swasta dan dijadikan sebagai langkah-langkah yang terarah dan berorientasi pada jangka panjang dalam pencapaian tujuan organisasi. Strategi membentuk sebuah pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi. Keputusan-keputusan yang diambil organisasi tersebut nantinya dijadikan pedoman dalam mewujudkan kemajuan organisasi dengan strategi yang dilakukan.

Berkaitan dengan pengembangan pariwisata, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan berupa Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Pada pasal 2 dinyatakan penyelenggaraan kepariwisataan berasaskan manfaat, keseimbangan, kemandirian, partisipatif, kelestarian, dan berkelanjutan. Dan pada pasal 4 dinyatakan tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan lingkungan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan. Dengan prinsip penyelenggara kepariwisataan menunjang tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan manusia sesama manusia, dan hubungan manusia dengan lingkungan, memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat.

Adapun hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan daerah wisata, dengan kata lain pengembangan yang dilakukan tidak bisa hanya sembarangan saja harus ada target dan tujuan yang dicapai, sehingga apa yang diharapkan dari pengembangan daerah tujuan wisata tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan. Adapun syarat yang harus dipenuhi agar daerah tujuan wisata tersebut benar-benar menjadi daerah wisata yang baik yaitu (Okka, 1999). Namun dalam ini yang perlu digali dalam strategi pengembangannya yakni pariwisata kuliner.

Memiliki daya tarik yang lain atau berciri khas. Dalam mengembangkan potensi pariwisata di suatu daerah harus bertumpu pada apa yang dicari oleh wisatawan. Dari hasil wawancara bahwa warung asinan Kamboja H. Mansyur memiliki ciri khas dan daya tarik yakni

terdapat pada rasa dari Asinan H. Mansyur sangat enak terutama Asinan buahnya yang sangat segar yang bikin

siapa pun yang memakan asinan tersebut akan rindu dengan rasanya dan ketagihan.

Tabel 4. Alasan Membeli

No.	Nama	Umur	Alasan Membeli
1	Dewi	45	Untuk makan siang
2	Irwan	47	Oleh-oleh untuk saudara
3	Febby	28	Rasa yang khas
4	Dwi	47	Rasa yang tidak pernah berubah
5	Ida	48	Rasa yang enak dan nagih
6	Komar	49	Untuk acara keluarga

(Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024)

Dari keseluruhan customer yang sudah di wawancarai mereka akan terus menerus datang dikarenakan rasa yang memuaskan di setiap produk mereka. Dan seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Ayu Asinan Kamboja ini dari dulu tidak pernah mengubah resep sehingga kualitas rasa sangat terjamin karena hal tersebut asinan Kamboja H. Mansyur sangat ramai di cari para customer dari berbagai usia.

Adanya fasilitas penunjang lainnya Segala macam fasilitas sarana dan prasarana sangat diperlukan oleh pembeli. Fasilitas-fasilitas itu ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.

Fasilitas pada resto ini memang cukup memadai yakni dengan tempat makan yang memiliki 5 meja besar yang berisikan 4 kursi sehingga bisa mencapai 20 orang secara langsung untuk makan di tempat. Fasilitas lainnya seperti toilet juga memadai dikarenakan memang Asinan Kamboja H. Mansyur ini merupakan tempat makan khas Betawi yang selalu direnovasi untuk kenyamanan konsumen. Fasilitas resto ini juga memiliki 2 kipas yang bisa menyejukkan ruangan tersebut, dan pada resto ini pun kita dapat melihat secara langsung sebagaimana karyawan yang

sedang mempersiapkan bahan masakan yang ingin dibuat atau disiapkan sehingga para customer pun bisa melihat secara langsung bahan – bahan yang di gunakan dalam pembuatan suatu produk tersebut.



Gambar 4. Ruang Dapur
(Sumber: Dokumen Peneliti, 2024)



Gambar 5. Fasilitas Kipas
(Sumber: Dokumen Peneliti, 2024)

Fasilitas yang memadai dan tempat yang bersih membuat konsumen nyaman untuk makan di tempat maupun bawa pulang, karena dari hasil observasi yang sudah saya lakukan selama 6 kali ke resto ini baik orang yang membeli untuk makan di tempat maupun dibawa pulang sama-sama ramai. Sebagian besar hasil wawancara yang sudah saya lakukan, mereka memilih untuk makan di tempat atau dibawa pulang dikarenakan fasilitas yang sangat memadai, dan tempat kebersihan yang memadai, sehingga menjadikan resto ini tidak pernah sepi pembeli.

Lahan parkir yang tersedia pada resto ini pun luas, baik untuk kendaraan roda dua maupun membawa kendaraan roda 4, maka dari itu para customer pun tidak pernah khawatir untuk parkir.



Gambar 6. Lahan Parkir
(Sumber: Dokumen Peneliti, 2024)

Menurut Kotler dan Amstrong (2019) kestrategisan tempat juga sangat penting yang dimana tempat menjadi elemen integral memastikan produk yang ingin dijangkau oleh konsumen secara luas di tempat yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Untuk dari resto ini beberapa sudah masuk ke dalam teori, sebagian belum termasuk, dikarenakan untuk lokasi tempat yang strategis tempat ini berada di tempat yang strategis yang dimana tempat ini berada pada jalan tepat dekat pasar yang dimana banyak sekali wisatawan yang

berdatangan setiap hari terlebih di pagi hari sehingga tempat ini menjadi tempat yang mudah ditemukan. Semua fasilitas terpenuhi.

Kendala yang Dihadapi dalam Pengembangan Potensi Wisata Kuliner

Resto ini merupakan resto yang menjual asinan buah dan sayur yang sudah sangat cukup langka di kalangan warung Indonesia ini karena tergantikan dengan makanan yang viral saat ini seperti seblak dan lain sebagainya, asinan buah dan sayur ini cukup diminati oleh seluruh kalangan wisatawan bisa menjadi salah satu opsi wisatawan untuk datang dan mencicipi makanan ini karena asinan buah dan sayur tergolong makanan yang sehat.

Untuk dari segi rasa resto ini sudah tidak perlu diragukan dari seluruh wisatawan yang sudah saya wawancara tidak ada satu pun wisatawan yang menilai asinan Kamboja cukup baik. Dari segi rasa mereka percaya dan mengaku bahwa resto ini bisa menarik daya tarik wisatawan lokal maupun luar negeri untuk datang mencicipi, sehingga makanan ini bisa dikonsumsi oleh lebih banyak orang lagi.

Untuk dari segi fasilitas, keseluruhan fasilitas yang sudah ada pada resto ini tidak diragukan lagi lokasi yang strategis, tempat makan yang nyaman. Membuat konsumen tidak malas untuk berkunjung bahkan setiap hari.

Untuk dari segi karyawan semua sudah sangat tertata dan dilakukan dengan sangat baik dengan kecepatan pembuatan pesanan dan juga keramahan dari karyawan yang ada pada warung ini membawakan keuntungan yang baik sehingga para hati customer juga akan senang dan terus menerus ingin kembali ke resto ini. Dan juga dari segi proses pemesanan sudah dilakukan dengan cepat tanpa ada halangan atau kesalahan apa

pun, walaupun hanya 2 karyawan setiap harinya mereka tetap bekerja sama dengan baik tanpa ada kesalahan apa pun selama saya melakukan observasi sebanyak 5 kali.

Asinan Kamboja ini bisa menjadi salah satu wisata kuliner yang di ingini oleh para wisatawan terlebih wisatawan yang mencari untuk mencicipi cita rasa makanan khas tradisional Betawi. Asinan Kamboja sudah dikenal oleh banyak sekali wisatawan hanya saja memang kuliner khas Betawi satu ini sangat kurang dalam strategi pengembangannya. Maka bisa disimpulkan bahwa tidak ada kendala apa pun dalam pengembangan potensi wisata kuliner pada asinan Kamboja ini.

SIMPULAN

Asinan Kamboja merupakan wisata kuliner makanan tradisional khas Betawi yang menawarkan asinan buah dan sayur, sebuah pilihan yang semakin langka namun tetap diminati oleh berbagai kalangan wisatawan. Dengan rasa yang tidak perlu diragukan dan mendapat sambutan positif dari wisatawan, resto ini memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak pengunjung, baik lokal maupun mancanegara. Lokasi yang strategis, tempat makan yang nyaman, serta kinerja karyawan yang efisien dan ramah, menambah nilai positif bagi resto ini. Observasi menunjukkan bahwa tidak ada kendala dalam operasional sehari-hari, namun perlu adanya layanan fasilitas online menunjukkan resto ini untuk dikembangkan lebih lanjut. Menurut Kotler dan Amstrong (2019) kestrategisan tempat juga sangat penting yang dimana tempat menjadi elemen integral memastikan produk yang ingin dijangkau oleh konsumen secara luas di tempat yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Untuk dari resto ini beberapa sudah masuk ke dalam teori,

sebagian belum termasuk, dikarenakan untuk lokasi tempat yang strategis tempat ini berada di tempat yang strategis yang dimana tempat ini berada pada jalan tepat dekat pasar yang dimana banyak sekali wisatawan yang berdatangan setiap hari terlebih di pagi hari sehingga tempat ini menjadi tempat yang mudah ditemukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achiel, N. S., & Taufik, M. (2022). *Buku Wisata Kuliner*. Insan Cendekia Mandiri. Sumatera Barat
- Antara, I. B. K. S., & Trimandala, N. A. (2023). Potensi Kuliner Tradisional Bali Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Sanur. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. 6(1), 165–181. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57649>
- Creswell, J. W. (2014). *Cresswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publication. California
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Jpurnal*. 1(2), 40–47. <http://dx.doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Kirom, N. R., Sudarmiati, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*. 1(3). 536–546. <http://dx.doi.org/10.17977/jp.v1i3.6184>
- Krisnadi, A. R. (2018). Gastronomi Makanan Betawi Sebagai Salah Satu Identitas Budaya Daerah. *Proceeding: National Conference*

- Of Creative Industry Universitas Bunda* Mulia.
<https://dx.doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1221>
- Medlik, S. (1980). *Managing Tourism*, Butterworth-Heineman Ltd. London
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata*, 1(1), 50–56.
<http://dx.doi.org/10.31334/jd.v1i1.553>
- Nugroho, S. P. (2023). Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Yogyakarta melalui Storynomic. *Media Wisata*, 21(2), 340–359.
<https://doi.org/10.36276/mws.v21i2.524>
- Pauli, E. (1979). *Classical Cooking The Modern Way*. Cbi Publishing Company, Inc. Boston
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Arruzzmedia. Yogyakarta
- Putri, J. A., Rahayu, E., Risyanti Y. D., Maryani, T., Yuliamir, H. (2023). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Salatiga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. 6(1), 207–213.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.54032>
- Ramadhan, D. R., Priatini, W., & Indriasari, I. (2017). Potensi Sayur Besan Sebagai Daya Tarik Wisata Warisan Gastronomi Betawi Di Dki Jakarta. *The Journal Gastronomy Tourism*. 4(2).
<https://doi.org/10.17509/gastur.v4i2.40605>
- Maryetti, M., Saptadinata, A., Murniaty, D., Luthfiandana, R., & Dermawan, A. D. (2023). Potensi Daya Tarik Wisata Gastronomi Makanan Khas Bugis–Makassar. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(3), 166–175.
<https://doi.org/10.56743/jstp.v8i3.314>
- Sudiara, B. P. (1999). *Pengetahuan Tata Boga (Kitchen Theory Basic Level)*. Diklat Stie Triatma Mulya. Badung
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86.
<http://dx.doi.org/10.35760/mkm.20.v4i1.2497>
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*. Andi. Yogyakarta