

INTISARI

Kementrian Pariwisata menetapkan Bandung sebagai salah satu kota wisata kuliner Indonesia. Di Kota Bandung tumbuh berbagai macam usaha kuliner lokal maupun asing. Pesatnya pertumbuhan kuliner asing berpotensi menggeser kuliner lokal. Diperlukan suatu kajian mengenai motivasi wisata kuliner serta kesediaan mencoba makanan lokal di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menginventaris motivasi wisata kuliner lokal, mengetahui tingkatan motivasi kuliner lokal serta tingkat kesediaan mencoba makanan pada wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif). Tahap pertama metode kualitatif dilakukan dengan cara mewawancarai secara mendalam 18 wisatawan yang mewakili masing-masing jenis kelamin, usia dan pendidikan, hasil penelitian dijadikan acuan dalam membuat kuesioner. Tahap kedua metode kuantitatif, dilakukan dengan cara memberikan kuesioner pada 100 wisatawan. Hasil penelitian menemukan berturut-turut sembilan kategori motivasi wisatawan kuliner beserta tingkaannya berdasarkan nilai rata-rata, yaitu pengalaman menyenangkan (4,21), kebersamaan (4,12), keluar dari rutinitas (4,11), pengalaman otentik (4,02), mempelajari pengetahuan (3,83), alat indera (3,83), lingkungan fisik (3,61), fokus kesehatan (3,53), dan kebanggaan (3,48). Tingkat kesediaan mencoba makanan termasuk kedalam kategori tidak bersedia mencoba makanan (2,59).

Keywords : Wisata kuliner, Makanan lokal, Motivasi, Wisatawan.

ABSTRACT

Tourism Ministry chooses Bandung as one of the Indonesian culinary tourism city. A wide variety of local and foreign culinary business growth in Bandung . The rapid growth of foreign cuisine can make local culinary identity shift. It is necessary to know the motivation of culinary tourism and a willingness to try the local food in Bandung. This study aims to inventory motivation of the local culinary tourism, level of motivation and level of willingness to try the food on the tourists who come to the city of Bandung. This study used mixed methods (qualitative and quantitative). The first phase of qualitative methods carried out by in depth interview 18 tourist representing each gender, age and education, results of research as a reference in making questionnaire. Second phase is quantitative methods, giving questionnaires to 100 tourists. The study found nine categories of culinary tourist motivation, and level of motivation based on the mean value, they are exciting experience (4,21), togetherness (4,12), escape from routine (4,11), authentic experience (4,02), learning knowledge (3,83), sensory appeal (3,83) , physical environment (3,61), focus of health (3,53), prestige (3,48). Level of willingness to try the food included into the category of unwilling to try food (2.59).

Keyword : Culinary tourism, Local food, Motivation, Tourist.