

**TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK MAKANAN  
LOKAL BERBASIS SINGKONG DI KAWASAN WISATA KULINER DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Tesis

Untuk memenuhi sebagai persyaratan

Mencapai derajat Sarjana- S2

Program Studi Kajian Pariwisata



Oleh: Anis Nur Chabibah

14/373168/PMU/8393

**MAGISTER KAJIAN PARIWISATA  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak mengandung karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 31 juli 2017

Anis Nur Chabiba

## **PRAKATA**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah istimewa setingkat provinsi yang terdiri dari empat kabupaten dan satu kota, dengan letak yang sangat strategis karena berada di selatan Pulau Jawa dan berbatasan dengan Jawa Tengah. Daerah

Istimewa Yogyakarta memiliki potensi wisata yang sangat banyak. Beberapa potensi wisata tersebut, seperti wisata budaya merupakan wisata peninggalan sejarah, cagar budaya dan tradisi masa kerajaan. Wisata alam merupakan wisata dengan memanfaatkan kondisi topografi daerah yang berbukit, seperti air terjun, kebun teh, dan pantai. Wisata kuliner merupakan wisata yang menyediakan makanan khas daerah yang memanfaatkan bahan lokal yang ada di daerah setempat, seperti gudeg dan thiwul yang terbuat dari singkong.

Bahan pangan lokal singkong di Daerah Istimewa Yogyakarta dikembangkan menjadi produk makanan yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Pangan lokal singkong yang semula dianggap sebagai makanan kampung (ndesa) dikemas menjadi makanan utama, kudapan, dan makanan kering terkemas. Hal ini merupakan trobosan baru bagi konsumsi wisatawan karena keunikan dan kekhasannya tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi makanan lokal berbasis singkong tersebut ke dalam tingkatan kepuasan wisatawan. Dilihat persebaran atau penyerapan makanan lokal berbasis singkong tersebut di tiga daerah, yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa terdapat 39 variasi menu dan tingkat kepuasan wisatawan lebih banyak tertuju pada kemasan. Faktor harga produk menjadi faktor terakhir dalam tingkat kepuasan wisatawan.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini mampu memberikan sumbangsih kepada pihak terkait. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih

kepada Prof. Dr. Phil. Janianton Damanik, M.Si selaku pembimbing utama dan Prof. Dr. Ir. Eni Harmayani, M.Sc selaku pembimbing pendamping yang selalu sabar membimbing penulis dari awal sampai dengan terselesaikannya tesis ini. Terima kasih juga kepada keluarga Ibu Siti Aminah, Bapak Ali Machsun, dan Adik Achmad Nur Khodli yang selalu mendukung dan menjadi semangat dalam proses perkuliahan. Dan terima kasih tidak terhingga kepada teman-teman yang membantu dalam pemikiran dan penelitian. Seluruh proses yang sudah dilalui menjadi pembelajaran yang sangat berharga bagi penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang membantu.

Yogyakarta, 17 Juli 2017

Anis Nur Chabibah

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
 <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
 <b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Keaslian Penelitian.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pariwisata.....	10
2.2.2 Komponen Pariwisata.....	13

2.2.3 Seni Kuliner.....	13
2.2.4 Kepuasan Wisatawan.....	14
2.2.5 Kualitas Produk.....	20
2.2.6 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
2.2.7 Kerangka Pemikiran.....	26
2.2.8 Definisi Konsep.....	27
2.2.9 Definisi Operasional.....	28

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel .....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4.1 Jenis Data .....	31
3.4.2 Sumber Data.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Observasi.....	33
3.5.2 Wawancara.....	33
3.5.3 Kuesioner.....	34
3.6 Instrumen Penelitian .....	34
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.8 Waktu Penelitian.....	36

### **BAB IV. GAMBARAN LOKASI PENELITIAN**

4.1 Profil Lokasi Penelitian Kabupaten Sleman .....	37
4.1.1 Gambaran Umum.....	37

4.1.2 Letak Geografis.....	38
4.1.3 Gambaran Umum Hotel, Restoran dan Pusat Penjualan Oleh- Oleh.....	39
4.1.3.1 The Cangkringan Jogja Villas & Spa.....	40
4.1.3.2 Kampung Labasan Tropical Resort.....	41
4.1.3.3 Hotel Grand Tjokro.....	43
4.1.3.4 Hotel New Saphir.....	44
4.1.3.5 Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo.....	45
4.2 Profil Lokasi Penelitian Kabupaten Bantul.....	46
4.2.1 Gambaran Umum.....	46
4.2.2 Letak Geografis.....	46
4.2.3 Gambaran Umum Hotel, Restoran dan Pusat Penjualan Oleh- Oleh.....	48
4.2.3.1 Restoran Omah Dhuwur.....	48
4.2.3.2 Pusat Penjualan Oleh-Oleh Thiwul Ayu Mbok Sum.....	49
4.3 Profil Lokasi Penelitian Kota Yogyakarta.....	51
4.3.1 Gambaran Umum.....	51
4.3.2 Letak Geografis.....	51
4.3.3 Gambaran Umum Hotel, Restoran dan Pusat Oleh-Oleh.....	53
4.3.3.1 Hotel Duta Garden.....	55
4.3.3.2 Gadri Resto.....	56
4.3.3.3 Pendopo Ndeluweh.....	56
4.3.3.4 Bale Raos.....	57
4.3.3.5 Cokro Telo Cake.....	58
4.3.3.6 Pusat Oleh-Oleh Jalan Mataram.....	60

## **BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

5.1 Karakteristik Responden.....	61
5.1.1 Karakteristik Responden sebagai Pelaku Usaha.....	61



5.1.2 Karakteristik Responden sebagai Pengunjung.....	62
5.2 Identifikasi Olahan Bahan Pangan Lokal Berbasis Singkong.....	66
5.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan.....	73
5.3.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Lima Indikator Utama .....	73
5.3.1.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kemasan Produk.....	74
5.3.1.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Harga.....	75
5.3.1.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Varian Menu.....	76
5.3.1.4 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Otentisitas.....	77
5.3.1.5 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Pelayanan.....	78
5.3.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Dua Indikator Penunjang Produk.....	79
5.3.2.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Suasana.....	79
5.3.2.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Informasi Produk.....	80
5.3.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Destinasi.....	81
5.3.3.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Hotel.....	81
5.3.3.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Restoran.....	83
5.3.3.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Pusat Penjualan Oleh-Oleh.....	85
5.3.4 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Jenis Menu.....	87
5.3.4.1 Menu Utama ( <i>Main Course</i> ).....	87
5.3.4.2 Kudapan Basah.....	89
5.3.4.3 Makanan Olahan Singkong Terkemas.....	90
5.4 Nilai Harapan Wisatawan terhadap Produk Makanan Lokal Singkong.....	92
5.5 Nilai Harapan Wisatawan terhadap Produk Makanan Lokal Singkong di Destinasi Wisata Kuliner.....	93
5.6 Harapan Wisatawan terhadap Jenis Menu.....	95
5.7 Faktor yang Memengaruhi Tingkat Kepuasan Wisatawan.....	97

## **BAB VI. KESIMPULAN**

6.1 Kesimpulan.....	99
6.2 Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 4.1 Peta Administratif Kabupaten Sleman.....	39
Gambar 4.2 Hotel The Cangkringanjogja Villas & Spa .....	40
Gambar 4.3 Srigading Restoran.....	41
Gambar 4.4 Kampung Labasan Tropical Resort.....	42
Gambar 4.5 Hotel Grand Tjokro.....	43
Gambar 4.6 Hotel New Saphir.....	44
Gambar 4.7 Festival Jajanan Pasar Nusantara 2016.....	45
Gambar 4.8 Peta Kabupaten Bantul.....	47
Gambar 4.9 Restoran Omah Duwur.....	49
Gambar 4.10 Oleh-oleh Thiwul Ayu Mbok Sum.....	50
Gambar 4.11 Musala.....	50

Gambar 4.12 Peta Kota Yogyakarta.....	53
Gambar 4.13 Hotel Duta Garden.....	54
Gambar 4.14 Gadri Resto.....	55
Gambar 4.15 Pendopo Nde'luweh.....	56
Gambar 4.16 Bale Raos.....	57
Gambar 4.17 Cokro Telo Cake.....	58
Gambar 4.18 Outlet Pusat Oleh-Oleh Betta Jln. Mataram.....	59
Gambar 4.19 Outlet Pusat Oleh-Oleh Gus Djat Jln. Mataram.....	60
Gambar 4.20 Outlet Pusat Oleh-Oleh Bu Tini Jln. Mataram.....	60
Gambar 5.1 Nasi Goreng Thiwul Jamur.....	88
Gambar 5.2 Singkong Keju.....	90
Gambar 5.3 Pathilo dan Kripik Singkong.....	91

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Empat Keadaan Afektif Purnabeli.....	26
Tabel 3.1 Populasi Wisatawan di Kabupaten Sleman, Bantul dan Kota Yogyakarta.....	30
Tabel 3.2 Bobot Instrumen Penelitian Tingkat Kepuasan.....	34
Tabel 4.1 Wilayah Administrasi Kabupaten Sleman.....	38
Tabel 4.2 Fasilitas Hotel The Cangkringanjogja Villas & Spa.....	41
Tabel 4.3 Fasilitas Kampung Labasan Tropical Resort.....	42
Tabel 4.4 Fasilitas Hotel Grand Djokro.....	44
Tabel 4.5 Fasilitas Hotel New Saphir.....	45

Tabel 4.6 Pembagian Luas Wilayah menurut Kecamatan di Kota Yogyakarta.....	53
Tabel 4.7 Fasilitas Hotel Duta Garden.....	55
Tabel 5.1 Persentase Jumlah Total Responden.....	62
Tabel 5.2 Persentase Responden sebagai Pelaku Usaha.....	63
Tabel 5.3 Responden berdasarkan Asal.....	63
Tabel 5.4 Responden berdasarkan Umur.....	64
Tabel 5.5 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 5.6 Responden berdasarkan Pendidikan.....	66
Tabel 5.7 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 5.8 Identifikasi Olahan Bahan Pangan Lokal Singkong yang Terdapat di Hotel/Restoran/Pusat Penjualan Oleh-Oleh.....	68
Tabel 5.9 Identifikasi Olahan Bahan Pangan Lokal Singkong yang Terdapat di Kabupaten/Kota di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	70
Tabel 5.10 Makanan Olahan Bahan Lokal Berbasis Singkong Di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta.....	72
Tabel 5.11 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kemasan.....	74
Tabel 5.12 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Harga .....	75
Tabel 5.13 Tingkat Kepuasan terhadap Varian Menu.....	76
Tabel 5.14 Tingkat Kepuasan terhadap Otentisitas.....	77
Tabel 5.15 Tingkat Kpeuasan terhadap Pelayanan.....	78
Tabel 5.16 Tingkat Kepuasan terhadap Suasana.....	80
Tabel 5.17 Tingkat Kepuasan terhadap Kemudahan Memperoleh Informasi.....	81
Tabel 5.18 Tingkat Kepuasan terhadap Menu Produk Makanan Lokal Berbasis Singkong di Hotel.....	82
Tabel 5.19 Tingkat Kepuasan terhadap Menu Makana Lokal Berbasis Singkong di Restoran.....	84
Tabel 5.20 Tingkat Kepuasan terhadap Menu Lokal Berbasis Singkong di Pusat Penjualan Oleh-Oleh.....	86

Tabel 5.21 Tingkat Kepuasan terhadap Menu Utama.....	87
Tabel 5.22 Tingkat Kepuasan terhadap Kedupan Basah.....	89
Tabel 5.23 Tingkat Kepuasan terhadap Makanan Olahan singkong Terkemas....	91
Tabel 5.24 Harapan Wisatawan terhadap Makanan Lokal Berbasis Singkong....	92
Tabel 5.25 Harapan Wisatawan terhadap Menu Makanan Lokal Berbasis Singkong Di Hotel, Restoran dan Pusat Penjualan Oleh-Oleh.....	94
Tabel 5.26 Harapan Wisatawan terhadap Jenis.....	96

## DAFTAR BAGAN

	<b>Halaman</b>
Bagan 2.1 Paradigma Diskonfirmasi.....	17
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	26

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1.....	102
Lampiran 2.....	105

## INTISARI

Wisata kuliner merupakan wisata yang saat ini sedang berkembang di masyarakat. Dalam perkembangannya, wisata kuliner menempatkan produk makanan dari seluruh dunia sehingga makanan tersebut lebih mudah dikonsumsi dan dijangkau. Wisata kuliner menjadi topik yang sangat populer disurat kabar dan televisi. Wisatawan yang datang berwisata tidak hanya ingin melihat, mencicipi, dan membeli, namun juga ingin merasakan adanya sifat otentik dari produk makanan lokal berbasis singkong. Bahan pangan singkong belum banyak dipromosikan kepada masyarakat sehingga mereka tidak tahu manfaat serta mengesampingkannya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal berbasis singkong agar masyarakat dapat melihat bahwa bahan pangan lokal singkong yang diolah menjadi produk makanan itu berkualitas serta layak untuk dikonsumsi. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method*, yaitu mengoneksikan data kuantitatif ke dalam data kualitatif. Data penelitian dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan pangan lokal singkong yang

berada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta banyak terserap di Kabupaten Bantul yaitu 70 persen, sedangkan Kabupaten Sleman 52 persen, dan Kota Yogyakarta 65,57 persen sebagai bahan pangan lokal yang disediakan kawasan wisata kuliner. Bahan pangan lokal singkong yang berada di destinasi wisata kuliner (hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh) lebih banyak diserap oleh restoran, yaitu 74,45 persen, hotel 42 persen, dan pusat penjualan oleh-oleh 58,33 persen sebagai bahan baku yang disediakan destinasi wisata kuliner. Nilai rata-rata tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal singkong mencapai nilai puas di indikator kemasan yaitu 1,75 sedangkan indikator lain mencapai nilai cukup puas seperti harga (2,40), variasi menu (2,25), otentisitas (2,09), pelayanan (2,18), suasana (2,08), informasi (2,18). Tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal singkong menunjukkan bahwa kemasan merupakan faktor pertama yang mempengaruhi pembelian dan harga merupakan faktor terakhir yang mempengaruhi pembelian produk makanan lokal singkong.

**Kata Kunci: wisata kuliner, serapan, tingkat kepuasan**

### Abstract

Culinary tourism is currently developing in the tourism sector. In its development, food products from all over the world has become more accessible so that culinary tourism becomes popular topic in newspapers and television. Tourists who come to travel to the touristic destinations do not only want to see the places, but also eager to try and buy authentic taste of the local cassava-based culinary. Cassava food has not been promoted widely to the community so they do not understand of its benefit and put aside cassava.

This study aims to see the satisfactory level of tourists toward the consumption of local cassava-based culinary so that people acknowledge that cassava can be turned into good quality culinary products that everyone can eat. The research methodology used mixed method that combines quantitative and qualitative data, in which the data was collected by observation, interview and questionnaire.

The results showed that local cassava food ingredients located in Yogyakarta Special Region especially in Sleman Regency, Bantul Regency, and Yogyakarta City were 70 percent absorbed in Bantul regency and 52 percent in Sleman Regency and 65.57



percent in the city of Yogyakarta as local food ingredients in the area of culinary tourism. Local cassava food ingredients in culinary tourism destinations (hotels, restaurants and souvenir shops) are more absorbed by restaurants, which is 74.45 percent compared to 42 percent hotel's absorption, and 58.33 percent souvenir shops as local food ingredients in the destination of culinary tourism. The average value of the satisfactory level of tourists to the local cassava food products reached in the value of packaging indicator, which is 1.75 while the other indicators reached a fairly satisfied value such as price (2.40), menu variation (2.25), authenticity (2.09), Service (2.18), atmosphere (2.08), information (2.18). The level of satisfaction with local cassava food products indicates that packaging is the first factor that affects purchase and price is the last factor that affects the purchase of local cassava food products.

Keyword: Culinary Tourism, Absorption, Satisfactory level

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata pada era modern saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Berwisata merupakan upaya untuk menghilangkan rasa jenuh atas rutinitas kehidupan sehari-hari. Dunia kepariwisataan pun banyak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat. Wisatawan tidak hanya melakukan perjalanan untuk melihat dan menikmati keindahan alam, budaya, ataupun fasilitas objek yang disediakan di suatu kawasan wisata, berbelanja souvenir atau oleh-oleh di

destinasi wisata. Tetapi juga ingin mencari sesuatu yang berbeda dan mengandung nilai-nilai otentisitas bagi wisatawan (Murtiarin, 2016). Salah satu oleh-oleh itu adalah makanan. Makanan itu berupa makanan yang biasa dimakan dan diolah oleh warga asli daerah, dan tidak dikonsumsi di luar daerah. Oleh-oleh yang demikian ini menjadikan wisatawan ingin mencoba, dan menikmatinya. Konsumsi wisatawan atas oleh-oleh berupa makanan ini lazim disebut sebagai wisata kuliner.

Wisata kuliner juga mengalami perkembangan sangat pesat karena kekuatan pasar modern yang dapat membuat produk makanan dan masakan dari seluruh dunia lebih mudah diakses dan dijangkau. Dengan demikian, hal itu mendorong munculnya wisata kuliner sebagai topik yang populer di media massa surat kabar dan televisi. Akibatnya, banyak wisatawan yang tidak segan-segan membeli oleh-oleh dan datang ke restoran tertentu untuk mencicipi makanan lokal sebagai pelengkap mereka berwisata.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang memiliki keanekaragaman makanan lokal yang khas. Keanekaragaman makanan khasnya menarik minat wisatawan untuk datang. Mereka yang berkarakter, berasal, dan berindera pengecap yang berbeda itu tertarik untuk menikmatinya. Hal tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat lokal untuk membuka kepariwisataan, khususnya hotel dan rumah makan/restoran.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015, menunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir, jumlah wisatawan yang berkunjung ke tiga kabupaten/kota madya di Daerah Istimewa Yogyakarta tercatat sebanyak 35.084.560 dengan rincian 12.642.812 wisatawan di Kabupaten Sleman, 9.201.379 wisatawan di Kabupaten Bantul, dan 13.240.369 wisatawan di Kota Yogyakarta. Ketiga daerah tersebut merupakan daerah tujuan wisata yang banyak menyediakan akomodasi hotel, dan rumah makan/restoran.

Hotel merupakan perusahaan penyedia jasa dalam bentuk penginapan (akomodasi) dan hidangan. Jumlah hotel di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di tiga daerah tersebut, tercatat 1.902 di Sleman, 1.411 di Bantul, dan 1.994 di Kota Yogyakarta (BPS, 2015). Data jumlah restoran menurut Dinas Perindustrian Daerah Istimewa Yogyakarta pada 2014 adalah 1.313 pada tahun 2012 dan 1.866 pada tahun 2013. Selain hotel dan rumah makan (restoran), di Daerah Istimewa Yogyakarta banyak terdapat pusat penjualan makanan khas. Akan tetapi, masih terdapat beberapa kekurangan, misalnya dalam hal kualitas, harga, otentisitas, dan suasana (kenyamanan tempat).

Berdasarkan data tersebut, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan tempat tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan serta banyak menyediakan akomodasi hotel dan restoran. Selain menjadi daerah tujuan wisata, Daerah Istimewa Yogyakarta juga merupakan daerah yang kaya akan sumber daya hayati dan bahan pangan. Kekayaan tersebut mampu menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan

yang memburu makanan dan minuman khas di sela-sela mereka berwisata. Fenomena tersebut dimanfaatkan oleh para pengelola rumah makan/restoran, hotel, dan pusat penjualan oleh-oleh dengan menciptakan berbagai inovasi makanan.

Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai banyak jenis makanan khas, antara lain adalah gudeg, gethuk, dan tiwul. Makanan khas ini terbuat dari bahan pangan lokal yang diproduksi dan dikembangkan sesuai dengan potensi dan sumber daya wilayah dan budaya setempat (Lambata, dikutip Agus, 2009). Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki banyak bahan pangan lokal diantaranya yaitu ketela pohon (ubi kayu), garut (arairut), sukun, jagung, kentang, ubi jalar, dan talas. Di setiap daerah akan berbeda jenis pangan lokal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup warganya. Pangan lokal merupakan bahan pangan yang terdapat di suatu daerah dengan fungsi sebagai bahan makanan pokok bagi masyarakat. Bahan pangan lokal yang dibahas dalam penelitian ini adalah bahan pangan lokal ketela pohon (ubi kayu) atau biasa dikenal dengan sebutan singkong, tanaman tahunan tropika dan subtropika dari keluarga *Euphorbiaceae*.

Ketela pohon yang berupa umbi dikenal luas sebagai salah satu makanan pokok penghasil karbohidrat selain beras. Ketela pohon pada umumnya tumbuh dan beradaptasi secara luas di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Sleman, Bantul dan Kota Yogyakarta. Tanaman ini dapat tumbuh di daerah dataran rendah dan dataran tinggi.

Ketela pohon dapat digunakan sebagai bahan baku industri pembuatan tepung tapioka, tepung gaplek, dan kreasi makanan lainnya. Bahan pangan lokal berupa singkong ini oleh sebagian orang dianggap sebagai makanan kampung atau *ndeso* ternyata mengandung banyak manfaat dibandingkan dengan beras, dengan kekuatan jumlah kadar gula yang lebih rendah, serta lebih banyak mengandung vitamin dan kadar air (Telo, 2015).

Selama ini singkong belum banyak dipromosikan sebagai bahan pangan utama atau menu utama dalam wisata kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta, baik itu di hotel maupun restoran. Walaupun demikian, bahan pangan lokal singkong ini sudah merambah ke industri pariwisata dengan produk berupa camilan atau kudapan (misalnya gethuk, cenil, dsb) yang banyak tersebar di berbagai pusat penjualan oleh-oleh di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu olahan singkong yang terkenal adalah nasi thiwul khas Gunung Kidul. Namun demikian belum banyak ditemukan kreasi dan tingkat volume serapan bahan pangan berbahan dasar singkong ini. Maka dari itu dilakukan identifikasi produk olahan singkong agar terlihat berapa besar serapannya yang berada di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

Tingkat kepuasan wisatawan atas produk makanan lokal singkong sebagai tolak ukur persebaran volume serapan juga masih merupakan pertanyaan besar dalam industri pariwisata. Kajian tentang tingkat kepuasan wisatawan atas produk makanan

lokal singkong belum banyak ditemukan. Kebanyakan literatur tentang kajian tingkat kepuasan wisatawan hanya dilihat dari jasa pelayanan dan produk makanan lokal yang lain, bukan produk makanan lokal berbahan dasar singkong.

Tingkat kepuasan wisatawan merupakan sarana bagi penyedia jasa/produk untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu produk. Dengan adanya data tingkat kepuasan wisatawan, penyedia jasa/produk bisa melihat bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk atau jasa yang sedang dikembangkan. Kepuasan dapat menunjukkan performa produk sesuai dengan harapan pengguna produk (Tjiptono dan Candara, 2005).

Yang dimaksud dengan tingkat kepuasan wisatawan dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan wisatawan atas produk makanan lokal berbasis singkong. Wisatawan secara langsung mencicipi olahan makanan lokal singkong dengan memberikan komentar atau penilaiannya atas produk. Selain itu, produk makanan lokal berbasis singkong belum teridentifikasi sehingga keberadaan dan persebarannya belum diketahui.

Tingkat kepuasan wisatawan atas produk makanan lokal menjadi salah satu pertimbangan untuk bisa mempromosikannya di industri pariwisata. Jika setiap hari dapat dipromosikan produk makanan lokal singkong ini kepada wisatawan melalui hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh, maka industri pariwisata dapat membantu mengurangi ketergantungan bahan pangan impor dan melindungi mata

rantai produksi lokal (Damanik, 2015). Selain itu, serapan bahan makanan lokal singkong dalam pariwisata mampu memberdayakan masyarakat lokal dan menjaga makanan lokal dari dominasi makanan cepat saji.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

- a. Seberapa besar serapan makanan olahan berbasis singkong dalam industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta?
- b. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap makanan lokal singkong dalam industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta?
- c. Faktor apa yang menentukan tingkat kepuasan wisatawan terhadap makanan lokal singkong dalam industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tiga tujuan sebagai berikut.

- a. Mengidentifikasi olahan menu/variasi menu dan melihat seberapa besar serapan makanan lokal berbasis singkong dalam industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap makanan lokal (singkong) dalam industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

- c. Mengetahui faktor yang menentukan tingkat kepuasan wisatawan terhadap makanan lokal berbahan singkong dalam industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran terhadap teori pariwisata, khususnya wisata kuliner dengan bahan pangan lokal sebagai ciri khas makanan suatu masyarakat di destinasi.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pemerintah dan masyarakat. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai acuan untuk mempertahankan tingkat produksi. Bahan pangan lokal singkong dalam industri pariwisata DIY, khususnya di Kabupaten Sleman, dan Kota Yogyakarta sehingga dapat mengurangi konsumsi bahan pangan impor. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan bisa menginspirasi mereka untuk menciptakan produk baru yang lebih inovatif serta meningkatkan mutu dan jumlah produksi.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Keaslian Penelitian

Penelitian ini hampir sama dengan penelitian Martiningtyas (2015). Penelitian Martiningtyas terfokus pada motivasi pelanggan untuk membeli produk dan kompetisi produsen makanan untuk menciptakan makanan/kuliner dengan cita rasa yang berbeda. Contohnya, *sego abang*, *gathot*, *pathilo*, belalang goreng, dan *peyek jingkeng*. Kuliner tersebut menjadi ciri khas daerah Gunung Kidul.

Wisatawan tertarik untuk mengonsumsi kuliner tersebut karena menggunakan bahan olahan dan cita rasa yang menarik yaitu singkong dan beras merah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Martiningtyas adalah penelitian ini membahas tingkat kepuasan wisatawan terhadap makanan lokal singkong yang bisa diserap dalam pariwisata DIY sehingga mampu mengurangi bahan pangan impor dan melindungi mata rantai produksi makanan lokal.

Penelitian Harsana (2008) membahas eksplorasi tingkat pemberdayaan, dan kepuasan wisatawan Taman Kuliner Condong Catur dan Sentra Gudeg Wijilan dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian Harsana menunjukkan bahwa Taman Kuliner Condong Catur memiliki potensi menarik untuk wisata kuliner dengan tingkat kepuasan dan pemberdayaan yang sangat memuaskan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Harsana adalah penelitian ini membahas tingkat kepuasan konsumen yang diambil berdasarkan produk makanan lokal

singkong yang dapat memengaruhi peredaran bahan pangan lokal singkong dalam industri pariwisata. Selain itu, penelitian Harsana menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran (mix method).

Penelitian Saliandri (2015) membahas tingkat kepuasan wisatawan pada aktivitas wisata arung jeram Sungai Serayu dengan menggunakan 4 variabel penelitian, yaitu amenities, atraksi, akses, dan pelayanan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa wisatawan puas terhadap aktivitas wisata arung jeram Sungai Serayu. Penelitian ini melihat tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal singkong melalui 5 indikator utama, yaitu kemasan, harga, otentisitas, pelayanan, serta variasi menu dan 2 indikator penunjang kepuasan, yaitu suasana dan kelengkapan informasi.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pariwisata**

Pariwisata berasal dari dua kata, yaitu *pari* yang berarti banyak, berkali-kali datang dan *wisata* yang berarti perjalanan. Dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata *tour*, sedangkan untuk pengertian jamak, kata pariwisata dapat disinonimkan dengan kata *tourism* (Yoeti, 1996).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh

masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pendit (1999) mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup, dan menstimulasi sektor-sektor pariwisata lainnya. McIntosh dan Gupta (dalam Pendit, 1999: 37) mengatakan bahwa pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, tuan rumah, dan masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya. Tourism Society in Britain (dalam Pendit, 1999: 36) mendefinisikan pariwisata sebagai kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat tujuan tersebut.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan sementara di luar tempat tinggal dan suatu industri yang timbul dari hubungan antara wisatawan, pemerintah, bisnis, dan tuan rumah yang melayani dengan tujuan untuk mengembangkan suatu daerah dari segi perekonomian, baik dari segi lapangan kerja maupun peningkatan penghasilan hidup.

### **2.2.2 Komponen Pariwisata**

Komponen pariwisata menurut Sugianto dan Sulastiningrum (1996) meliputi hal-hal sebagai berikut.

A. objek dan daya tarik wisata

Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya atau tata hidup, dan sebagainya yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi atau yang menjadi sasaran bagi wisatawan.

B. sarana dan fasilitas yang meliputi :

1. Akomodasi

Akomodasi adalah tempat bagi seseorang untuk tinggal sementara.

Akomodasi ini bisa berupa hotel, losmen, *guest house*, *pondok*, *cottage*, *inn*, perkemahan, dan sebagainya.

2. Restoran

Restoran adalah industri jasa yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman, yang dikelola secara komersial, baik secara mandiri maupun terkait dengan usaha lain.

3. biro perjalanan

Biro perjalanan adalah suatu badan usaha yang operasionalnya meliputi pelayanan semua proses perjalanan dari seseorang sejak berangkat hingga kembali.

4. transportasi atau jasa angkutan

Transportasi adalah bidang usaha jasa angkutan. yang dapat dilakukan melalui darat, laut, dan udara.

5. tempat penukaran uang

Tempat penukaran uang adalah tempat/usaha yang bergerak dalam bidang penukaran mata uang asing.

6. atraksi wisata

Atraksi wisata adalah suatu kegiatan yang dapat menghibur seseorang ketika menyaksikan kegiatan tersebut. Atraksi wisata ini berupa pertunjukan tari-tarian, musik dan upacara adat yang sesuai dengan kebudayaan setempat. Pertunjukan ini bisa dalam bentuk acara tradisional maupun modern.

7. cinderamata

Cinderamata adalah oleh-oleh atau kenang-kenangan yang dapat dibawa oleh para wisatawan pada saat kembali ke tempat asalnya. Cinderamata harus memberikan suatu keindahan seni dan sifatnya khas untuk setiap daerah.

8. prasarana pariwisata

Prasarana pariwisata adalah suatu prasarana yang diperlukan dalam suatu objek wisata, diantaranya adalah:

- a. jalan raya
- b. listrik

- c. air minum
- d. telekomunikasi
- e. pelabuhan udara/laut.

Komponen di atas menjadi karakter bagi pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta. Penyedia berbagai fasilitas dan sarana bagi wisatawan yaitu banyaknya akomodasi, seperti hotel berbintang dan tidak berbintang di daerah tersebut menjadi sarana bagi wisatawan untuk menginap dan makan.

### **2.2.3 Seni Kuliner**

Seni kuliner merupakan seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman yang memiliki ciri khas atau yang spesifik dari hidangan tradisional di seluruh pelosok Nusantara. Kuliner merupakan suatu seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman serta berbagai hal yang berhubungan dengan makanan dan minuman tersebut, mulai dari persiapan, pengelolaan, penyajian dan penyimpanannya (Ariani, dalam Martiningtyas, 2015: 12). Dari seni kuliner inilah berkembang trend yang saat ini sangat marak dan diperbincangkan di media massa seperti televisi, majalah, dan lain-lain, yaitu wisata kuliner.

Wisata kuliner didefinisikan sebagai suatu perjalanan untuk mencari pengalaman akan kuliner yang unik dan khas, yang dapat dikenang dan dinikmati dari proses perjalanan. Wisata kuliner akan memberikan pengalaman kepada setiap wisatawan. Wisata kuliner melebihi dari tuntunan makan malam dan restoran akhir pekan. Selain

itu, wisata kuliner bisa berupa kursus memasak, buku panduan memasak, tur kuliner (*culinary tours*), media kuliner, atraksi kuliner seperti festival kuliner yang diadakan oleh pihak swasta (Kuliner Jajan Airmata/JAM) (Usman et, al, 2016).

Wolf (dalam Suriani, 2009: 12) menyatakan bahwa *“Culinary tourism is not prentious for exlusive. Its includes any unique and momerable gastronomic experience, not just restaurant rate four star or better and include both food and all type of beverages”*.

Wisata kuliner bukanlah suatu yang mewah dan eksklusif. Wisata kuliner menekankan pada pengalaman bukan pada kemewahan restoran maupun kelengkapan jenis makanan mupun minuman yang tersedia. Sedangkan menurut Yvonne R & Lucy M (2008: 362) mengatakan bahwa:

*Culinary Tourism is a welcome and provocative addition to the literature on foodways and tourism. An anthology of essays by food scholars from different disciplines about a multifaceted subject, it treats food as both a destination and a means for tourism.*

Wisata kuliner merupakan hal baru dalam khazanah hidangan dan pariwisata yang menarik dan khas. Sebuah antologi esai tentang beragam subjek oleh para ahli makanan dari berbagai disiplin ilmu menyebutkan bahwa menjadikan hidangan sebagai tujuan dan sarana dalam pariwisata. International Culinary Tourism Association (ICTA, dalam Listiono, 2008, Belajar Cita Rasa, <http://aguslistiono.blogspot.com>) menyatakan bahwa wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik, yang dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata .

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk mencicipi makanan dan minuman khas yang ada di daerah tujuan wisata untuk memperoleh pengalaman yang hanya dapat dirasakan di ODTW tersebut, dengan daya tarik utamanya berupa produk makanan.

#### **2.2.4 Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin, yakni *satis* (artinya cukup baik, memadai) dan *facio* (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005: 195).

Kotler (2002) mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Giese & Cote (2000) mengidentifikasi kepuasan pelanggan dalam tiga hal komponen utama, yaitu (1) kepuasan pelanggan merupakan respons (emosional atau kognitif); (2) respons tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respons terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain). Menurut mereka, definisi kepuasan tidak terlepas dari *chameleon effects*, artinya interpretasi terhadap sebuah definisi sangat bervariasi antar individu dan antarsituasi.



Kotler dan Armstrong (2001:9) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah dari pada harapan pelanggan, pembelinya merasa puas atau amat gembira. Menurut Oliver (1997) kepuasan pelanggan merupakan *the consumer's fulfillment response*, yaitu penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri yang memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*.

Hal diatas dapat menggambarkan bahwasanya kepuasan wisatawan merupakan upaya dalam memenuhi kebutuhan wisatawan untuk memperoleh perasaan yang senang atau gembira terhadap suatu produk yang ditawarkan. Selain itu, produk makanan tersebut menjadi suatu alat yang memperlihatkan performanya untuk memenuhi harapan wisatawan.

Pada dasarnya, tingkat kepuasan merupakan tujuan akhir sebuah keunggulan dalam suatu produk atau jasa yang menjadikan produk itu layak dikonsumsi atau digunakan oleh pelanggan. Secara garis besar riset-riset kepuasan pelanggan didasarkan pada tiga teori utama, yaitu *contrast theory*, *assimilation theory*, dan *assimilation-contrast theory* (Chiou, 1999).

*Contrast theory* menganggap bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi prapembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar

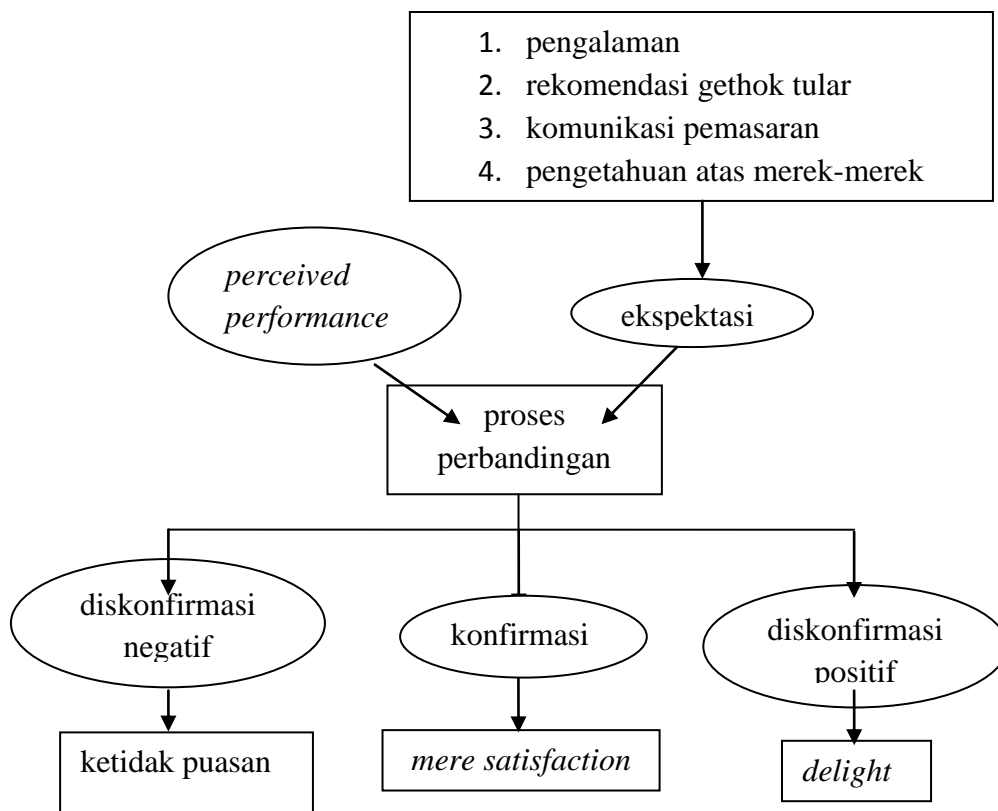
atau sama dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Sebaliknya, jika kinerja aktual lebih rendah dibandingkan dengan ekspektasi, konsumen akan tidak puas.

*Assimilation theory* menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dari ekspektasi konsumen prapembelian karena proses diskonfirmasi. Jika secara psikologis tidak enak dilakukan, konsumen cenderung secara perseptual mendistorsi perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya ke arah ekspektasi awal. Penyimpangan dari ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen yang bersangkutan.

*Assimilation-contrast theory* menyatakan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assimilation effect*) atau efek kontras merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja yang aktual. Apabila kesenjangannya besar, konsumen akan memperbesar gap tersebut. Dengan demikian, produk dipersiapkan jauh lebih bagus/buruk dibandingkan dengan kenyataan. Namun demikian, jika kesenjangan tidak terlalu besar, *assimilation theory* yang berlaku di antara berbagai macam variasi teori yang ada sejauh ini paradigma diskonfirmasi merupakan model yang paling banyak dipergunakan dan dijadikan acuan dalam melihat kepuasan pelanggan.

Tjiptono dan Chandra (2005:200) mengatakan bahwa paradigma diskonfirmasi adalah konsumen akan puas bila persepsi sesuai dengan ekspektasi (konfirmasi

tercapai). Kepuasan pelanggan bisa digambarkan dalam bentuk bagan diskonfirmasi di bawah ini:



Bagan 2.1 Paradigma Diskonfirmasi

Sumber: Patterson 1993 (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005: 200)






Bagan di atas menunjukkan bahwa proses kepuasan pelanggan dilalui dengan berbagai proses, yaitu suatu produk diperoleh dari pengalaman, rekomendasi *gethak tular*, komunikasi pemasaran, atau pengetahuan atas merek-merek pesaing yang bisa menimbulkan ekspektasi. Selain itu, terdapat *perceived performance* (perasaan seseorang terhadap tampilan suatu produk) yang sejajar dengan ekspektasi yang

menghasilkan proses perbandingan sehingga proses perbandingan tersebut akan menghasilkan 3 komponen, yaitu 1. diskonfirmasi negatif yang bisa menimbulkan ketidak puasan, 2. konfirmasi yang bisa menimbulkan kepuasan, 3. diskonfirmasi positif yang bisa menimbulkan kesenangan.

Adanya unsur di atas juga menjadikan pengaruh besar terhadap objek yang diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat dilihat adanya kepuasan selain kepuasan terhadap produk. Selain itu, unsur di atas juga dapat memperkuat adanya tingkat kepuasan dalam makanan lokal singkong ini.

Santos & Boote (dalam Tjiptono dan Chandra 2005: 201) mengidentifikasi 4 tipe keadaan afektif purnabeli, yang menempatkan kepuasan dan *acceptance* berada di dalam *zone indifference* antara konfirmasi dan diskonfirmasi.

**Tabel 2.1 Empat Keadaan Afektif Purnabeli**

	Ekspektasi/Persamaan	<i>Cognition Performance</i>	<i>Situs Afektif</i>
	AP > EP	diskonfirmasi positif	<i>delight</i>
	AP > EP	diskonfirmasi positif	kepuasan
<i>positife Indeference</i>	AP = EP	<i>simple confirmation</i>	<i>delight/acceptance/ kepuasan /ketidakpuasan</i>
Zoi 	AP < EP	diskonfirmasi negatif	<i>acceptence</i>
<i>negative Indifference</i>			
			
	AP < EP	diskonfirmasi negatif	Ketidakpuasan

Catatan: AP: *Perceived Actual Performance*; EP: *Expected Performance*; ZO: *Zone of Indifference*.

Sumber: Santos & Boote (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra 2005: 201)

*Acceptance (indiferen negative)* bisa terjadi manakala kinerja suatu produk yang dipersepsikan pelanggan berada di antara *predicted expectation* dan minimum *torelable expectation*. Kepuasan (indiferen positif) bisa terjadi apabila *perceived performance* berada di antara *desired expectation* dan *predicted expectation*. Sementara itu, kondisi dari afektif *delight* dan ketidakpuasan terjadi di luar *zone of indifference*.

*Delight* bakal terjadi jika *perceived performance* lebih besar dari pada *desired expectation*, sedangkan ketidakpuasan terjadi bila *perceived performance* di bawah tingkat minimum *torelable expectation*. Selain itu, keadaan afektif (*delight*, kepuasan, *acceptance*, dan ketidak puasan) berpengaruh terhadap tindakan afektif, yaitu perilaku *complain* dan *complimenting behavior*. Apabila sebuah produk atau jasa berkinerja lebih besar daripada *desired expectation* dan pelanggan bersangkutan merasa *delighted*, *complimenenting behavior* misalnya rekomendasi *gethak tular* positif mungkin terjadi, jika produk/jasa berkinerja di antara *predicted expectation*, dan pelanggan merasa puas. *Complimenting behavior* juga mungkin terjadi seiring dengan peningkatan diskonfirmasi positif, semakin besar pula intensitas *complimenting behavior*-nya.

Sebaliknya, perilaku *complain* misalnya komunikasi *gethak tular negative*, berhenti membeli produk, mengeluh ke perusahaan, dan *complain* ke pihak ketiga mungkin terjadi manakala *perceiver performance* sebuah barang atau jasa berada di

antara minimum *torelable expectation* dan *worst imaginable expectation*. Seiring dengan meningkatnya diskonfirmasi *negative*, semakin besar pula intensitas *complain*.

### 2.2.5 Kualitas Produk

Kotler (2000) mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang meliputi objek fisik, jasa, tempat, organisasi, gagasan, dan pribadi yang mampu ditawarkan untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan kemampuannya. Pride dan Farrel (2012) mengemukakan bahwa produk itu sendiri adalah sebuah kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri wujud dan tidak terwujud, termasuk manfaat atau kegunaan fungsional, sosial, dan psikologis. Produk dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa produk merupakan barang yang dapat ditawarkan ke pasar, baik itu berwujud, atau tidak berwujud meliputi barang fisik, jasa, tempat, pengalaman, dan lain-lain yang mempunyai harga jual ke konsumen dan diterima untuk memuaskan keinginannya.

Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsinya. Hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, dan atribut produk lainnya. Kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan karena pada dasarnya kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang

dengan perusahaan. Ikatan semacam ini memungkinkan perusahaan atau pemilik usaha untuk memahami dengan saksama harapan kebutuhan pelanggan. Pada kesempatanya perusahaan atau pemilik usaha bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas secara akurat tidak mudah untuk didefinisikan. Akan tetapi, pada umumnya kualitas dapat dirinci ke aspek-aspek dasar dalam menentukan kualitas suatu produk. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk/jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian<sup>1</sup>. Dalam hal ini, aspek hasil bukan satu-satunya komponen kualitas, berdasarkan *total quality management*, kualitas dipandang secara lebih komperhensif atau holistik. Bukan hanya aspek hasil yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan sumber daya manusia.

Goetsch & Davis (1994) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Garvin (1988), perspektif kualitas bisa diklasifikasikan dalam lima kelompok berikut ini.

1. *Transcendental approach* : kualitas dipandang sebagai innate excellence yaitu sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui, namun sukar didefinisikan, dirumuskan, atau dioperasionisasikan. Perspektif ini menegaskan bahwa

---

<sup>1</sup>Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara produk /jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali (*repeated exposure*).

2. *Product-based approach*: kualitas merupakan karakteristik atau atribut objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk
3. *User-based approach*: kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*) sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.
4. *Manufacturing-based approach*: perspektif ini bersifat *supply - based* dan lebih berfokus kepada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*).
5. *Value-based approach*: ancangan ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Selain itu, bersifat relatif sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu merupakan produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

Kualitas produk dapat dipastikan menjadi sarana untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan merupakan komponen yang sangat penting dalam pengembangan



suatu produk dan untuk memenuhi standat pasar. Selain itu, dari beberapa definisi di atas disimpulkan bahwa kualitas produk dapat digambarkan sebagai performa dari suatu produk yang dapat dilihat oleh orang yang menilai langsung suatu produk tersebut. Dengan demikian produk baik ataupun buruk akan terlihat pada masing-masing individu.

### 2.2.6 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, *et.. al.* (2004) menggunakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lostcustomer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan. Dalam pengukuran kepuasan ini, pelanggan dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan peningkatan produk. Salah satu alat ukur tersebut menjadi bagian dalam penelitian ini yaitu survei kepuasan pelanggan karena pada dasarnya sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei ini, baik survei melalui pos, telepon, email, *website*, maupun wawancara langsung. Pengukuran melalui metode ini dapat dilakukan dengan cara-cara berikut ini.

#### *a. directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan yaitu bisa menggunakan angka, misalnya 1, 2, 3, 4, 5 dengan ketentuan angka 1 menunjukkan sangat tidak puas, dan angka 5 sangat puas.

*b. derived satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu, (1) tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan yang bersangkutan.

*c. problem analysis*

Dengan teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa dan saran-saran perbaikan. Kemudian perusahaan akan melakukan analisis konten terhadap semua permasalahan dan saran perbaikan.

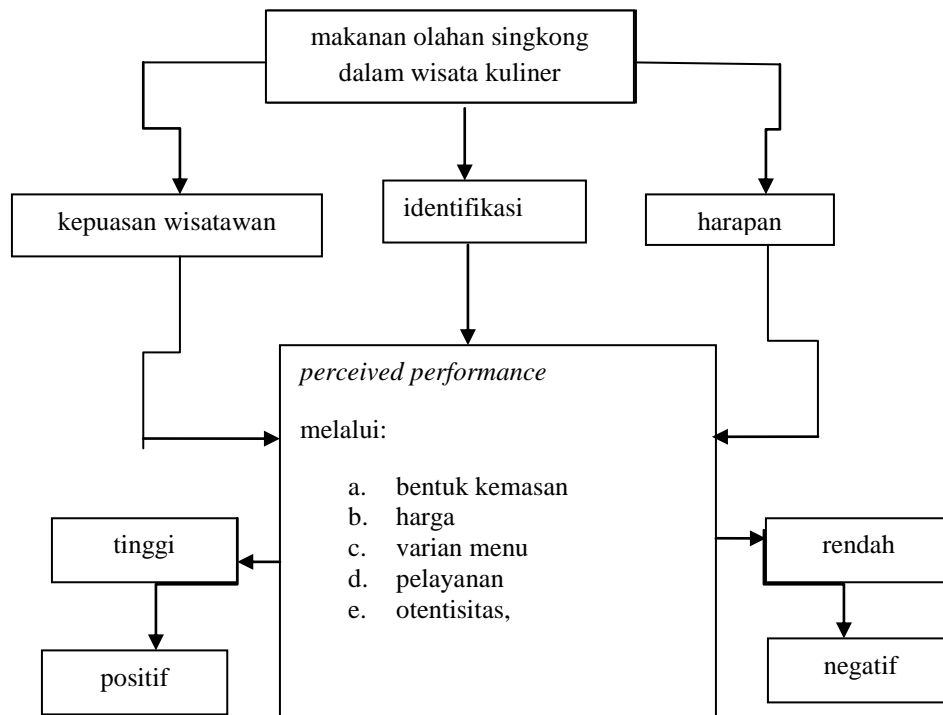
*d. importance-performance analysis*

Dengan teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *importance-performance matrix*.

Sloan (2004) mengukur kepuasan pelanggan restoran modern dengan aspek yang diberi penilaian, meliputi kebersihan, dekorasi ruangan, keterlibatan chef, kecepatan pelayanan, keragaman menu, penampilan, harga, sikap pelayan, lokasi, dan pengaruh lingkungan/ suasana.

Pengertian di atas memberikan kejelasan dalam penelitian ini bahwasanya survei kepuasan pelanggan menjadi hal yang lebih menguntungkan untuk mengukur kepuasan wisatawan karena survei ini membantu melihat sisi lain dari kepuasan wisatawan, yaitu harapan wisatawan terhadap suatu produk dengan memberikan kritik dan saran. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran kepuasan dengan metode survei kepuasan pelanggan melalui kuesioner dan wawancara langsung dengan mengukur tingkat kepuasan terhadap produk yang melalui enam indikator, fasilitas, dan pelayanan.

### 2.2.6 Kerangka Pemikiran



Bagan 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

Makanan olahan singkong merupakan makanan yang terbuat dari bahan lokal singkong. Oleh karena itu, untuk melihat perkembangan produk makanan lokal singkong ini peneliti mencoba melihat tingkat kepuasan wisatawan, identifikasi, serta harapan terhadap produk makanan lokal singkong ini dengan melihat *perceived performance* melalui lima indikator, yaitu bentuk kemasan, harga, varian menu, pelayanan, dan otentisitas. Apabila *perceived performance* ini mempunyai tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi, nilai suatu produk dapat dikatakan positif. Begitupun sebaliknya, apabila *perceived performance* dengan tingkat kepuasan yang rendah, nilai suatu produk itu menunjukkan negatif.

### 2.2.7 Definisi Konsep

Konsep di atas menjelaskan bahwa wisata kuliner mempunyai sumbangsih terhadap pemasokan bahan makanan. Namun demikian, pasokan yang dewasa ini terlihat adalah bahan pangan beras yang menunjukkan kelangkaan beras sehingga pemerintah melakukan impor beras dari luar negeri. Tersedianya bahan makanan lokal menjadi *alternative* untuk mengurangi bahan pangan impor. Akan tetapi, bahan pangan lokal dalam kehidupan petani belum diketahui secara pasti persebarannya dan bagaimana tingkat kepuasan wisatawan. Dengan demikian penelitian ini terfokus kepada kepuasan wisatawan terhadap kualitas melalui 5 indikator yaitu; bentuk kemasan, harga, varian menu, pelayanan, dan otentisitas. Berikut ini penjelasan konsep yang diuraikan secara detail.

1. Wisata kuliner: pencarian makanan yang dalam hal ini makanan merupakan hasil dari perolehan wisatawan untuk memenuhi kepuasan hasrat panca indera pengecap.
2. Makanan lokal singkong: makanan dari bahan pangan lokal singkong yang sudah diolah.
3. Tingkat kepuasan wisatawan: merupakan derajat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna jasa.
4. *Perceived performance*: merupakan performa produk makanan lokal singkong.

### 2.2.8 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam judul “Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk Makanan Lokal Berbasis Singkong di Kawasan Wisata Kuliner Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Wisata kuliner diukur dari Ketersediaan produk makanan lokal berbasis singkong di hotel, restoran, dan pusat oleh-oleh.
2. Makanan lokal singkong diukur dengan lima indikator utama, yaitu nilai otentisitas, nilai variasi menu, nilai pelayanan, nilai kemasan produk, nilai harga

produk. Dua indikator penunjang produk ialah suasana dan kemudahan memperoleh informasi.

3. Tingkat kepuasan diukur dari wisatawan yang membeli/mencicipi produk makanan lokal berbasis singkong.
4. Tingkat kepuasan diukur dari akumulasi total skor dari pengalaman responden atas 5 indikator produk.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode *mixed method*, yaitu mencampurkan data kualitatif dengan data kuantitatif. Adapun data kualitatif terdiri dari persebaran olahan singkong dan jenis olahan singkong, sedangkan data kuantitatif terdiri dari tingkat kepuasan dalam lima indikator: kemasan, variasi menu, pelayanan, otentisitas, dan harga. Kedua data tersebut saling dihubungkan (*connecting*) satu sama lain, yaitu hasil kuantitatif yang berupa statistik akan dicari nilai rata-ratanya dalam setiap indikator serta mendeskripsikannya ke dalam hasil penelitian (kualitatif). Dengan demikian, tidak diperlukan adanya uji hipotesis karena asumsi-asumsi yang muncul hanya sebagai pelengkap yang tidak memengaruhi proses temuan data utama, yaitu kepuasan terhadap produk makanan lokal.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta, yang merupakan daerah tujuan wisata kuliner dengan menyediakan banyak hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Penelitian ini memuat populasi seluruh wisatawan yang datang dan mencicipi/membeli makanan lokal singkong di objek wisata kuliner (hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh) Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

Tabel 3.1 Populasi Wisatawan di Kabupaten Sleman, Bantul, dan Kota

Sleman	Yogyakarta Kota Yogyakarta	Bantul
1. Kampung Labasan Tropical Resort	6. Cokro Telo Cake	12. Omah Dhuwur
2. Hotel New Saphir	7. Gadri Resto	13. Oleh-Oleh Tiwul Ayu Mbok Sum
3. Grand Djokro	8. Pendopo Nde'luweh	
4. The Cangkringang Jogja Villas & Spa	9. Bale Raos	
5. Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo	10. Pusat Oleh-Oleh Jln. Mataram, Outlet Bu Tini, Beta, Gus Djat	
	11. Hotel Duta Garden	

Pada tabel 3.1 dijelaskan bahwa populasi yang berada di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta meliputi 5 hotel, 4 restoran dan 4 pusat penjualan oleh-oleh yang memproduksi atau menjual makanan lokal berbasis singkong

### 3.3.2 Sampel

Dalam penentuan sampel, penelitian ini menggunakan metode sampel *nonprobabilitas* dengan jenis *purposive* sampel, yaitu peneliti mengambil sampel dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut sengaja dipilih karena menyediakan makanan berbasis singkong. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 1. Wisatawan

Sebanyak 32 wisatawan yang berkunjung membeli dan mengonsumsi produk makanan lokal berbasis singkong di lokasi wisata kuliner, yaitu lima hotel, empat



restoran, dan empat pusat penjualan oleh-oleh di Daerah Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

## 2. Pelaku Usaha

Sebanyak 15 pelaku usaha terdiri dari *chef*, manajer restoran, dan pemilik yang mengetahui seluruh pengoperasian dapur yang berada di lima hotel, empat restoran, dan empat pusat penjualan oleh-oleh.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1 Jenis Data

##### 1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang akan diperoleh langsung dari para wisatawan di tempat wisata. Data ini meliputi:

- a. Karakteristik responden: asal, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.
- b. Harapan dan keinginan pembeli
- c. Pernyataan responden tentang tingkat kepuasan terhadap lima indikator utama: 1. otentisitas produk, 2. kemasan, 3. harga, 4. variasi menu, 5. pelayanan.
- d. Tingkat kepuasan terhadap dua indikator penunjang produk adalah 1. Suasana, dan 2. Kemudahan mencari informasi tentang produk.

- e. Tingkat kepuasan terhadap jenis produk adalah makanan lokal berbasis singkong sebagai makanan kering/ terkemas, makanan lokal berbasis singkong sebagai makanan utama/*main course*, dan makanan lokal berbasis singkong sebagai makanan olahan basah / kudapan basah.

2. Data kualitatif adalah identifikasi persebaran olahan singkong dan identifikasi variasi menu olahan singkong.

### 3.4.2 Sumber Data

1. Data primer diperoleh dari hal-hal berikut ini.
  - a. Wisatawan dan pengelola/manajer di Hotel Duta Garden, Kampung Labasan Tropical Resort, Hotel New Saphir, Hotel Grand Tjokro, dan The Cangkringan Jogja Villas & Spa.
  - b. Wisatawan dan pengelola/manajer di Gadri Resto, Pendopo Nde'luweh, Bale Raos, dan Omah Dhuwur.
  - c. Wisatawan dan pengelola/manajer di pusat penjualan oleh-oleh Cokro Telo Cake, Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo, Oleh-Oleh Bu Tini dan Oleh-Oleh Thiwul Ayu Mbok Sum
2. Data sekunder diperoleh dari. BPS, Dinas Perindustrian, Dinas kebudayaan dan Pariwisata Dalam Angka, baik itu Provinsi maupun Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

## 3.5 Teknik Pengumpulan Data

### 3.5.1 Observasi

Peneliti mengamati langsung suasana dan fasilitas yang ada di objek, dan wisatawan yang sedang mencicipi produk makanan lokal berbasis singkong. Dari observasi ini peneliti dapat mencatat semua hal yang terjadi selama proses observasi berlangsung.

### **3.5.2 Wawancara**

Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada pihak-pihak pengelola sehingga dapat mengetahui varian menu dan volume makanan lokal singkong dan karakter wisatawan yang datang ke objek wisata berikut ini.

- a. Pengelola atau manajer restoran di Hotel Duta Garden,
- b. Pengelola atau manajer restoran Kampung Labasan Tropical Resort
- c. Pengelola atau manajer restoran The Cangkringan Jogja Villas& Spa
- d. Pengelola atau manajer restoran Hotel New Saphir
- e. Pengelola atau manajer restoran Grand Tjokro
- f. Pengelola atau manajer restoran Gadri Resto
- g. Pengelola atau manajer restoran Pendopo Nde'luweh
- h. Pengelola atau manajer restoran Omah Dhuwur
- i. Pengelola atau manajer Cokro Telo Cake, Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo,  
Oleh-Oleh Bu Tini, Gus Djat, Betta dan Oleh-Oleh Tiwul Ayu Mbok Sum.

### 3.5.3 Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal berbasis singkong. Kuesioner dibagikan ke wisatawan yang membeli/mencicipi produk olahan makanan lokal berbasis singkong di lokasi penelitian.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan penggunaan alat bantu selama penelitian dilakukan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### a. Lembar Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada wisatawan yang membeli makanan lokal berbasis singkong. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, yaitu mengukur sikap wisatawan dari jenjang sangat positif ke jenjang sangat negatif. Setiap responden diminta untuk mengisi setiap kuesioner yang sudah dilengkapi dengan petunjuk pengisian misalnya: “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju”, “sangat tidak setuju” dan jawaban- jawaban tersebut diberi skor 1 sampai dengan 5.

Tabel 3.2 Bobot Instrumen Penelitian Tingkat Kepuasan

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Puas	1

2	Puas	2
3	Cukup Puas	3
4	Tidak Puas	4
5	SangatTidak Puas	5

Sumber: Effendi, Sofian dan Tukiran, 2012

b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan panduan pertanyaan agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian itu sendiri. Pedoman wawancara tersebut akan terfokus terhadap persebaran volume dan varian menu, tingkat kepuasan terhadap makanan lokal berbasis singkong dan harapan wisatawan.

c. Perekam suara dan kamera.

### 3.7 Metode dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data campuran (*mix method*) yaitu mendeskripsikan data kuantitatif ke dalam hasil penelitian serta memperkuat data tersebut dengan hasil wawancara.

Tahap analisis data dilakukan sebagai berikut.

1. Klasifikasi data dilakukan dengan mengelompokkan data sesuai dengan topik yang dibicarakan, jenis kelamin, dan usia.
2. Analisis data dengan cara membentuk tabel dari data yang sudah dikelompokkan, serta mendeskripsikannya agar mudah dianalisis kembali.

3. Tingkat kepuasan wisatawan pada kualitas produk dianalisis melalui harga, otentisitas, variasi menu, dan pelayanan, kemasan ditambah dengan kepuasan fasilitas, dan informasi dengan mencari rata-rata di setiap indikator yaitu  $\frac{\text{jumlah seluruh data}}{\text{banyaknya data}}$ .
4. Interpretasi semua dengan cara deskriptif kuantitatif, dengan meleburkan/ mencampurkan semua hasil analisis, yaitu dengan menggunakan statistik untuk melihat nilai rata-rata/median kepuasan pengunjung yang mencicipi/ membeli dan hasil tabel dikuatkan dengan teks naratif.
5. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari analisis yang dilakukan, dan pada setiap penarikan kesimpulan, penulis akan mengklarifikasi kembali dengan data yang didapat.

### 3.8 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Juli 2015 hingga Juli 2017, dengan kegiatan meliputi: persiapan lapangan, kegiatan lapangan (pengambilan data), pengolahan data/analisis data, dan penulisan laporan penelitian berupa tesis.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN LOKASI PENELITIAN**

#### **4.1 Profil Lokasi Penelitian Kabupaten Sleman**

##### **4.1.1 Gambaran Umum**

Kabupaten Sleman menjadi daerah andalan penghasil produk–produk pertanian. Namun demikian, sektor ini bukan penyumbang devisa terbesar di Kabupaten Sleman. Sektor pertama, penyumbang devisa terbesar diduduki oleh sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Penyumbang devisa terbesar kedua diduduki oleh sektor pertanian dan diikuti oleh sektor jasa-jasa. (Buku Putih Kabupaten Sleman 201).

Kabupaten Sleman secara administratif terdiri dari 17 wilayah kecamatan, 86 desa, dan 1.212 dusun, seperti terlihat pada tabel 4.1 ([slemankab.go.id](http://slemankab.go.id)). Sembilan dari 17 kecamatan masuk dalam kategori berkembang sebagai kawasan perkotaan, yaitu Kecamatan Godean, Gamping, Mlati, Sleman, Ngaglik, Depok, Ngemplak, Berbah, dan Kalasan. Namun demikian dari 9 kecamatan, tidak seluruhnya berindikasi kawasan kota 100 persen, seperti Kecamatan Ngemplak, Kalasan, Godean, dan Berbah; hanya sebanyak 25 persen yang masuk dalam indikasi kawasan perkotaan.

**Tabel 4.1 Wilayah Administrasi Kabupaten Sleman**

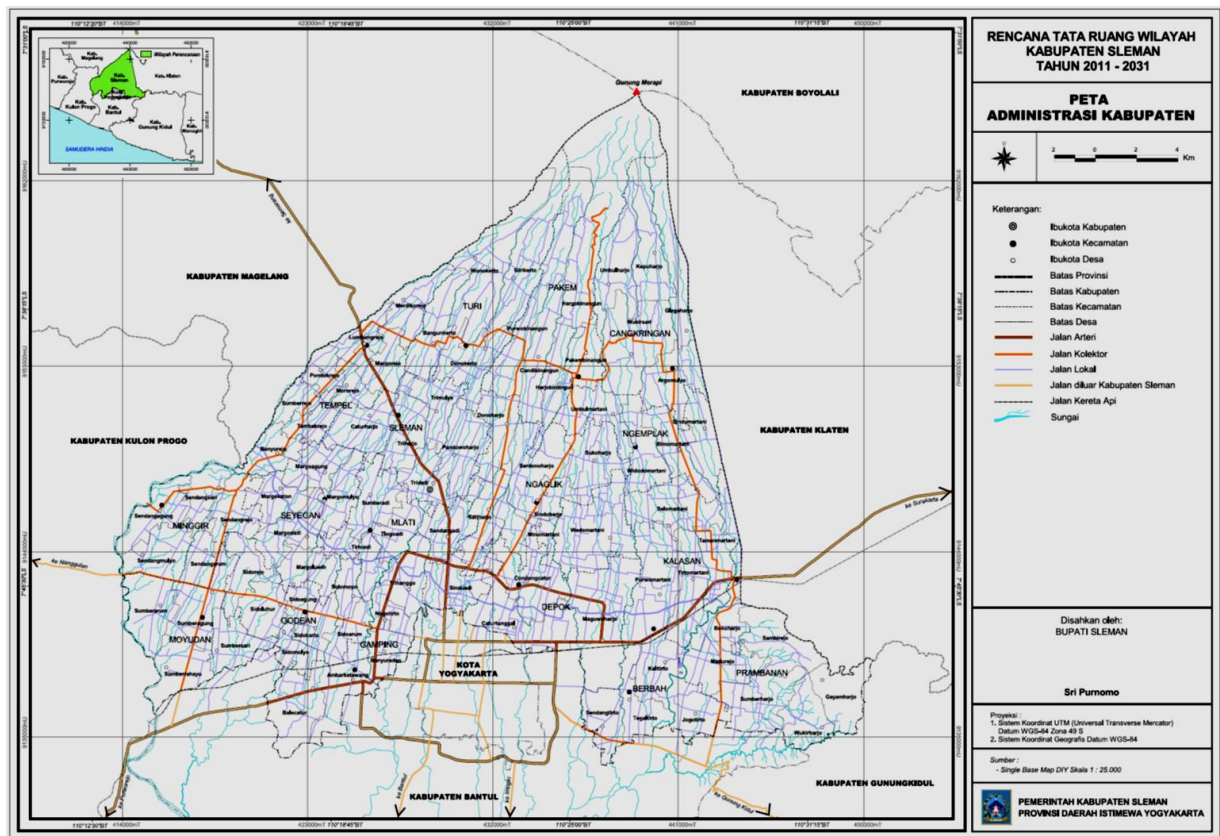
No	Kecamatan	Banyaknya		Luas (Ha)	Jumlah Penduduk	Kepadatan
		Desa	Dusun			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Moyudan	4	65	2.762	33.595	1,216
2	Godean	7	57	2.684	57.245	2,133
3	Minggir	5	68	2.727	34.562	1,267
4	Gamping	5	59	2.925	65.789	2,249
5	Seyegan	5	67	2.663	42.151	1,583
6	Sleman	5	83	3.132	55.549	1,774
7	Ngaglik	6	87	3.852	65.927	1,712
8	Mlati	5	74	2.852	67.037	2,351
9	Tempel	8	98	3.249	46.386	1,428
10	Turi	4	54	4.309	32.544	0,755
11	Prambanan	6	68	4.135	44.003	1,064
12	Kalasan	4	80	3.584	54.621	1,524
13	Berbah	4	58	2.299	40.226	1,750
14	Ngemplak	5	82	3.571	44.382	1,243
15	Pakem	5	61	4.384	30.713	0,701
16	Depok	3	58	3.555	109.092	3,069
17	Cangkringan	5	73	4.799	26.354	0,549
	Jumlah	86	1.212	57.482	850.176	1,479

Sumber: website Kab. Sleman, <http://www.slemankab.go.id>

#### 4.1.2 Letak Geografis



Kabupaten Sleman terletak diantara  $110^{\circ} 33' 00''$  dan  $110^{\circ} 13' 00''$  Bujur Timur,  $7^{\circ} 34' 51''$  dan  $7^{\circ} 47' 30''$  Lintang Selatan. Luas wilayah daerah Kabupaten Sleman adalah 57.482 ha atau 574,82 km<sup>2</sup> atau sekitar 18 persen dari luas Daerah Istimewa Yogyakarta 3.185,80 km<sup>2</sup>. Kabupaten Sleman merupakan daerah yang berada di bentang lahan pegunungan, yaitu Gunung Merapi bertopografi datar dengan kemiringan lereng rata-rata 2% ke arah selatan atau 0-3%.



Gambar 4.1 Peta administratif Kabupaten Sleman

Sumber: Buku Putih Kabupaten Sleman 201, 2010

#### 4.1.3 Gambaran Umum Hotel, Restoran, dan Pusat penjualan Oleh-Oleh di Kabupaten Sleman

Hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh di Kabupaten Sleman yang menjadi objek penelitian ini ialah Hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa, Kampung Labasan Tropical Resort, New Saphir, Grand Tjokro, dan Pusat Oleh-Oleh Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo.

#### **4.1.3.1 The Cangkringan Jogja Villas & Spa**

##### **A. Profil**

The Cangkringan Jogja Villas & Spa berdiri sejak tahun 2005. Hotel ini menyediakan sajian dan menawarkan suasana yang indah, serta udara yang segar bagi wisatawan. Hotel ini terletak di Kaliurang, tepatnya di Jln.Raya Merapi Golf, Desa Umbulharjo, Sleman, Yogyakarta. Jarak hotel tersebut 20 km dari kota dan membutuhkan waktu antara 25 menit dari Bandara Adisucipto



Gambar 4.2 Hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa

Sumber: *website* [cangkringan.co.id](http://cangkringan.co.id)

##### **B. Fasilitas**

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa terdapat 8 fasilitas yang ada di hotel dan salah satunya adalah fasilitas Restoran Srigading. Restoran Srigading merupakan restoran yang menyediakan menu makanan lokal termasuk singkong.

Tabel 4.2 Fasilitas Hotel The Cangkringan Jogja Villas & spa

1. 47 luxury rooms	5. room service
2. 5 meeting rooms	6. rent car & shuttle service
3. spa	7. wifi
4. srigading restaurant	8. laundry



Gambar 4.3 Srigading Restaurant

Sumber: *website* [cangkringan.co.id](http://cangkringan.co.id)

#### 4.1.3.2 Kampung Labasan Tropical Resort

## A. Profil

Kampung Labasan Tropical Resort didirikan pada tahun 2011, terletak di Km 17,5, Dusun Paraksari, Desa Pakem, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, DIY. Tempat tersebut mengangkat tema *go green* dan *back to village* dengan menyajikan berbagai menu makanan lokal bercita rasa tradisional.

Kampung Labasan Tropical Resort memberikan pesona dan keindahan alam pedesaan karena berada di kaki Gunung Merapi yang sangat nyaman bagi wisatawan. Dalam pengelolaannya, manajer bekerja sama dengan masyarakat, dengan semangat membangun perekonomian yang lebih maju. Hal tersebut bisa dilihat pada setiap kegiatan yang selalu melibatkan masyarakat sekitar, misalnya *cooking class* dengan tema masakan lokal, keliling kampung, dan lain-lain.



Gambar 4.4 Kampung Labasan Tropical Resort

Sumber: [website.kampunglabasan.html.com](http://website.kampunglabasan.html.com)

## B. Fasilitas

Tabel 4.3 menjelaskan bahwa terdapat 5 fasilitas yang ada di Kampung Labasan Tropical Resort. Salah satunya adalah fasilitas Restoran Tlogo Putri. Restoran Tlogo Putri restoran merupakan restoran dengan bangunan tradisional yang menyediakan menu-menu makanan tradisional masyarakat Indonesia.

Tabel 4.3 Fasilitas Kampung Labasan Tropical Resort

**Fasilitas**

- 1. joglo Multifunction Room**
- 2. tlogo Putri Restaurant**
- 3. dayak Meeting room**
- 4. tropical Forest**
- 5. herb Park**

Sumber: Sumber: [website kampung labasan.html.com](http://website.kampunglabasan.html.com)

#### **4.1.3.3 Hotel Grand Tjokro**

##### **A. Profil**

Hotel Grand Tjokro terletak di Jln. Affandi No.37, Caturtunggal, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Grand Tjokro Yogyakarta merupakan hotel berbintang 4 di Yogyakarta, dan terletak di jantung kota. Hotel ini menyediakan kemegahan yang luar biasa.



Gambar 4.5 Hotel Grand Tjokro

Sumber: Dokumen Pribadi 2016

Lokasi hotel ini sangat strategis karena berdekatan dengan pusat perbelanjaan, kawasan wisata, rumah makan, dan kawasan bisnis.

## B. Fasilitas

Tabel 4.4 menjelaskan bahwa terdapat 12 fasilitas utama di Hotel Grand Tjokro, salah satunya adalah fasilitas restoran. Restoran tersebut merupakan restoran yang menyediakan menu makanan lokal seperti singkong.

Tabel 4.4 Fasilitas Hotel Grand Tjokro  
Fasilitas

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| 1. wi-Fi gratis dan tempat parkir gratis | 8. layanan spa                 |
| 2. 107 kamar tamu                        | 9. pusat bisnis 24 jam         |
| 3. restoran dan bar/lounge               | 10. transportasi bandara       |
| 4. kolam renang outdoor                  | 11. ac                         |
| 5. teras atap                            | 12. layanan pembersihan harian |
| 6. antar-jemput kawasan sekitar          |                                |

gratis

7. pusat kebugaran

Sumber: Website grandtjokro.com, 2016

#### **4.1.3.4 Hotel New Saphir**

##### **A. Profil**

Hotel New Saphir terletak di Jln. Laksda Adisucipto No. 38, Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hotel New Saphir merupakan hotel bintang empat. Letak Hotel New Saphir sangat strategis karena berdekatan dengan bandara dan pusat perbelanjaan.



**Gambar 4.6 Hotel New Saphir**

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

##### **B. Fasilitas**



Berdasarkan Tabel 4.5 di atas terlihat bahwa salah satu fasilitas ialah Restoran Promenade yang menyediakan menu Eropa, Cina, dan makanan tradisional Indonesia termasuk makanan lokal berbahan dasar singkong.

Tabel 4.5 Fasilitas Hotel New Saphir  
Fasilitas

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1. 206 kamar, 14 <i>suite room</i> | 5. kolam renang outdoor                  |
| 2. restaurant promenade            | 6. lapangan tenis                        |
| 3. mirah lounge bar                | 7. gimnasium                             |
| 4. meeting room,                   | 8. internet gratis melalui jaringan WiFi |

Sumber: website new saphir.co.id, 2016

#### 4.1.3.5 Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo

##### A. Profil

Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo terletak di Jln. Kaliurang km 7, Desa Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman. Tempat ini merupakan pusat makanan tradisional Jawa yang diperdagangkan oleh Bu Bagyo. Masakan tradisional tersebut dijual di rumahnya, Pasar Colombo, dan di acara-acara seperti festival-festival kuliner yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Beberapa acara festival yang pernah diikutinya ialah, Festival Tionghoa di kawasan Malioboro dan Festival Jajanan Pasar Nusantara 2016.





Gambar 4.7 Festival Jajanan pasar Nusantara 2016

Sumber: <http://jogiatrip.com/id/news/detail/2074/Mencecap-Rasa-Kuliner-Tempo-Doeloe>

## **B. Fasilitas**

Makanan Tempo Dulu Bu Bagyo hanya menyediakan satu fasilitas, yaitu toilet yang merupakan toilet pribadi. Hal ini disebabkan lokasi tempat penjualan oleh-oleh berada di dalam rumah.

## **4.2 Profil Lokasi Penelitian Kabupaten Bantul**

### **4.2.1 Gambaran Umum**

Kabupaten Bantul merupakan salah satu kabupaten yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara administratif, Kabupaten Bantul berbatasan dengan Kabupaten Gunung Kidul di sebelah timur, Kabupaten Kulon Progo di sebelah barat, dan Samudra Indonesia di sebelah selatan. Kabupaten Bantul terdiri atas 17 kecamatan, 75 desa dan 933 pedukuhan.

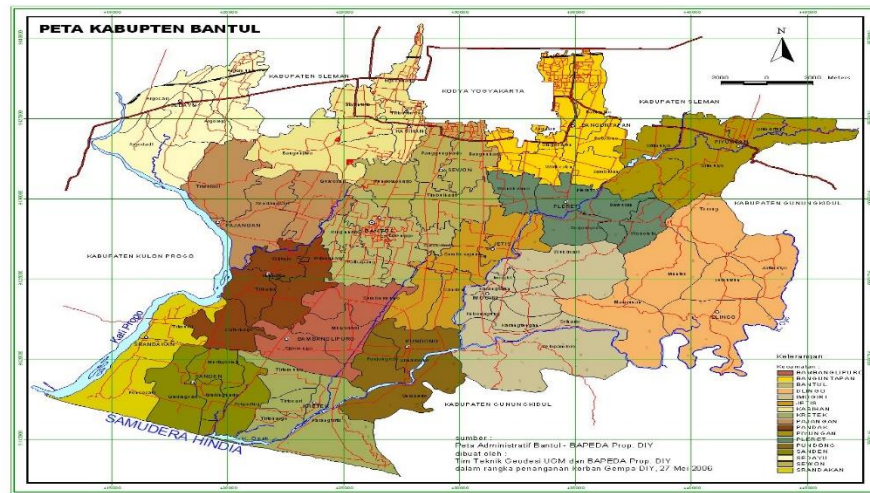
Kabupaten Bantul merupakan kabupaten yang sedang berkembang pesat. Hal itu terbukti dengan banyaknya pembangunan kawasan industri pariwisata, pertokoan, tekstil, dan lain-lain. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bantul dalam lima tahun terakhir mengalami kenaikan yaitu 5,46 persen. Salah satu faktor pertumbuhan

tersebut ialah sektor hotel dan restoran mengalami pertumbuhan yang positif dari waktu ke waktu.

#### 4.2.2 Letak Geografis

Kabupaten Bantul secara geografis terletak antara 07°44'04"-08°00'27" Lintang Selatan dan 110°12'34"- 110°31'08" Bujur Timur dengan luas wilayah 506,85 km<sup>2</sup>. Wilayah ini merupakan 15,9% dari luas keseluruhan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang secara garis besar terdiri dari :

1. Bagian barat, adalah daerah landai serta perbukitan yang membujur dari utara ke selatan seluas 89,86 km<sup>2</sup> (17,73 persen dari seluruh wilayah).
2. Bagian tengah adalah daerah datar, landai, dan merupakan daerah pertanian yang subur seluas 210.94 km<sup>2</sup> (41,62 persen).
3. Bagian timur adalah daerah yang landai, miring, dan terjal yang keadaannya masih lebih baik dari pada daerah bagian Barat, seluas 206,05 km<sup>2</sup> (40,65 persen).
4. Bagian selatan merupakan bagian dari daerah bagian tengah dengan keadaan alamnya yang berpasir dan sedikit berlagun, terbentang di Pantai Selatan dari Kecamatan Srandakan, Sanden, dan Kretek.



Gambar 4.8 Peta Kabupaten Bantul

Sumber: <http://peta-kota.blogspot.co.id/2011/10/kabupaten-bantul.html>

#### 4.2.3 Gambaran Umum Hotel, Restoran, dan Pusat Penjualan Oleh-Oleh di

##### Kabupaten Bantul

Kabupaten Bantul merupakan kawasan daerah penelitian kedua dan objek yang dipilih adalah restoran Omah Dhuwur dan pusat penjualan oleh-oleh Thiwul Ayu Mbok Sum.

##### 4.2.3.1 Restoran Omah Dhuwur

###### A. Profil

Restoran Omah Dhuwur terletak di Jln. Mondorakan, No 252, Kotagede, Kelurahan Jagalan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul. Restoran Omah Dhuwur merupakan sebuah tempat legendaris yang saat ini dimiliki oleh Harto Soeharjo, seorang pengusaha perak HS Silver di Kotagede. Pada tahun 2002, pemilik

menjadikan tempat ini sebagai sebuah restoran dengan nama Omah Dhuwur.  
(gudeg.net)

Saat ini Omah Dhuwur bukan hanya sebagai tempat yang mempunyai nilai estetik dan sejarah yang tinggi, namun juga sebagai sebuah restoran yang menyediakan masakan mewah yang patut dinikmati. Omah Dhuwur sangat kental dengan nuansa Yogya tempo dulu. Tempat ini menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang menginginkan sebuah pengalaman kuliner di Kota Yoyakarta (gudeg.net). Menu yang disajikan beragam, yaitu *appetizer*, *traditional*, *international*, *dessert*, *side order*, *baverange*, *lunch buffet* (omahdhuwur.com). Selain itu, di restoran ini tersaji menu dengan bahan lokal singkong yang dimasukkan ke bagian menu *side order*, yaitu tela *crunchy* yang dapat dinikmati di dalam suasana etnik.



Gambar 4.9 Restoran Omah Dhuwur

Sumber: omahdhuwur.com

## B. Fasilitas

Fasilitas Restoran Omah Dhuwur antara lain adalah *hotspote*, 2 ruang pertemuan ber-AC, ruang *outdoor* atau taman, 2 buah pendapa, toko suvenir dan toilet.

#### 4.2.3.2 Pusat Penjualan Oleh-Oleh Tiwul Ayu Mbok Sum

##### A. Profil

Pusat penjualan oleh-oleh Thiwul Mbok Sum terletak di Jalan Mangunan Km 4.5, RT.15, Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Thiwul Ayu Mbok Sum berdiri pada tahun 1997, di tempat ini tersedia berbagai variasi menu thiwul yang berbahan pangan lokal singkong (tepung gablek). Berawal dari keinginannya untuk mempertahankan sajian kuliner berbahan dasar tepung gablek (singkong yang dikeringkan) saat ini usaha yang digelutinya semakin hari semakin berkembang. Hal ini terlihat dari berbagai rasa thiwul yang disediakan di *outlet* oleh-oleh ini.



Gamabar 4.10 Oleh-oleh Thiwul Ayu Mbok Sum

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

Pada awal memasak thiwul, Mbok Sum hanya memakai rasa manis berbahan gula pasir. Setelah itu, Mbok Sum menambahkan rasa gula jawa. Pada tahun 2009 rasa thiwul dikembangkan dengan menambahkan rasa coklat dan keju.

## **B. Fasilitas**

Fasilitas yang ada di pusat penjualan oleh-oleh ini ada 3, yaitu toilet, musala, dan lahan parkir



Gambar: 4.11 Musala

Sumber: Dokumen pribadi, 2016

## **4.3 Profil Lokasi Penelitian Kota Yogyakarta**

### **4.3.1 Gambaran Umum**

Kota Yogyakarta merupakan satu-satunya kota di samping 4 daerah lainnya yang berstatus kabupaten. Keunggulan Kota Yogyakarta adalah sebagai penyandang kota pendidikan dengan sarana dan prasana pendidikan yang lengkap dan merupakan destinasi wisata kedua di Indonesia.

Kehadiran wisatawan memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi Kota Yogyakarta. Banyak warga penduduk yang menyediakan jasa untuk memperoleh penghasilan seperti menyediakan kos-kosan, warung makan dan lain-lain.

Kota Yogyakarta terdiri dari 14 kecamatan, 45 kelurahan, 612 RW, dan 2.552 RT dengan batas wilayah sebelah utara Kabupaten Sleman, sebelah timur Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul, sebelah selatan Kabupaten Bantul, dan sebelah barat Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul.

#### 4.3.2 Letak Geografis

Kota Yogyakarta secara geografis terletak diantara  $110^{\circ} 24' 19''$  sampai  $110^{\circ} 28' 53''$  Bujur Timur dan  $7^{\circ} 15' 24''$  sampai  $7^{\circ} 49' 26''$  Lintang Selatan dengan luas 32,5 km<sup>2</sup> atau 1,02 persen dari luas Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota Yogyakarta yang terletak di daerah dataran lereng aliran Gunung Merapi memiliki kemiringan lahan yang relatif datar antara 0 – 2 persen dan berada pada ketinggian rata-rata 114 meter dari permukaan air laut. Sebagian wilayah dengan luas 1.657 hektar terletak pada ketinggian kurang dari 100 meter dan sisanya 1.593 hektar berada pada ketinggian antara 100--199 meter dari permukaan air laut (jogjakota.go.id. 2007).

**Tabel 4.6**

**Pembagian Luas Wilayah menurut Kecamatan di Kota Yogyakarta**

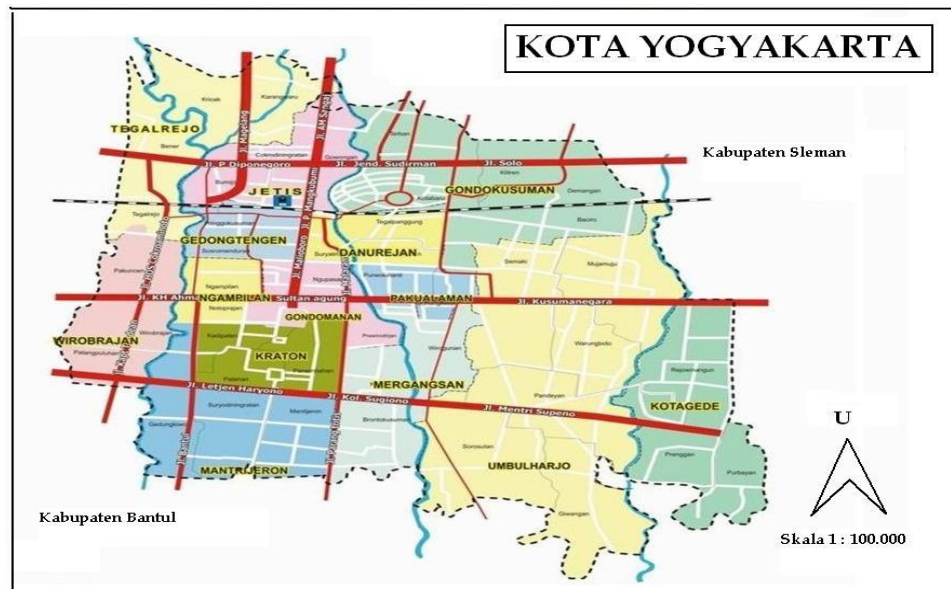
No	Kecamatan	Luas km <sup>2</sup>	Persentase
----	-----------	----------------------	------------

1	Mantrijeron	2,61	8,0
2	Kraton	1,40	4,3
3	Mergangsan	2,31	7,1
4	Umbulharjo	8,12	25,0
5	Kotagede	3,07	9,4
6	Gondokusuman	3,99	12,3
7	Danurejan	1,10	3,4
8	Pakualaman	0,63	1,9
9	Gondomanan	1,12	3,4
10	Ngampilan	0,82	2,5
11	Wirobrajan	1,76	5,4
12	Gedongtengen	0,96	3,0
13	Jetis	1,70	5,2
14	Tegalrejo	2,91	9,0
	Jumlah	32,50	100,0

Sumber: Kota Yogyakarta Dalam Angka, 2015

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas terlihat bahwa terdapat 14 kecamatan di Kota Yogyakarta. Yang terluas adalah Kecamatan Umbulharjo yaitu seluas 8,12 km<sup>2</sup> atau 25 persen, sedangkan yang tersempit adalah Kecamatan Pakualaman yaitu sebesar 0,63 km atau 1,9 persen dari luas wilayah Kota Yogyakarta.





Gamabar 4.12 Peta Kota Yogyakarta

Sumber: <http://dppka.jogjaprovo.go.id/peta-diy.html>

### 4.3.3 Gambaran Umum Hotel, Restoran, dan Pusat Penjualan Oleh-Oleh di Kota Yogyakarta

#### 4.3.3.1 Hotel Duta Garden

##### A. Profil

Hotel Duta Garden terletak di kawasan Prawirotaman yang sejak dahulu disukai para turis (wisatawan asing) karena lokasinya yang strategis, dan berdekatan dengan Kraton, Malioboro, Stasiun Tugu, Kotagede, Terminal Giwangan, dan Jalan Parangtritis.



Gambar 4.13 Hotel Duta Garden

Sumber: <http://www.dutagardenhotel.com/en/homestay/photo-gallery/>

Hotel Duta Garden beroperasi sejak tahun 1986. Hotel Duta Garden masuk ke dalam 16 hotel yang terbaik di Kota Yogyakarta dilihat dari pelayanan, restoran, dan kolam renang yang bagus. Hotel ini dirancang langsung oleh pemiliknya agar terpadu dengan alam

## B. Fasilitas

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa terdapat 5 fasilitas yang berada di Hotel Garden. Salah satu fasilitas yang dimiliki, ialah, restoran yang berhadapan langsung dengan kolam renang dan taman bunga sehingga wisatawan dapat menikmati hidangan dengan suasana yang indah dalam pandang mata. Selain itu, restoran ini menyediakan menu makanan lokal berbasis singkong sesuai dengan pesanan wisatawan.

Tabel 4.7 Fasilitas Hotel Duta Garden

### Fasilitas

- |                 |             |
|-----------------|-------------|
| 1. kamar        | 4. toilet   |
| 2. kolam renang | 5. restoran |
| 3. musala       |             |

Sumber: dutagarden.com, 2016

#### 4.3.3.2 Gadri Resto

##### A. Profil

Gadri Resto terletak di kawasan Jln. Rotowijayan No. 5 Yogyakarta yang didirikan pada tahun 1984 oleh GBPH Joyokusumo, adik kandung Sri Sultan Hamengku Buwono X. Resep-resep yang diolah Gadri Resto merupakan kumpulan resep turun-temurun keraton yang dikumpulkan dan dibukukan oleh istri Gusti Joyokusumo. Gadri Resto memberikan nuansa Jawa dengan ciri arsitekturnya.



Gambar 4.14 Gadri Resto

Sumber: [www.tripadvisor.com.sg](http://www.tripadvisor.com.sg)

##### B. Fasilitas

Terdapat dua fasilitas yang berada di restoran Gadri Resto ini, yaitu toilet dan museum penyimpanan alat upacara adat dan tempat tidur saat Sultan HB IX dilahirkan.

#### 4.3.3.3 Pendapa Nde'luweh

##### A. Profil

Pendopo Dluweh merupakan reston yang terletak di Jln. Ngeksigondo, Kelurahan Prenggan, Kecamatan Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendapa ini menyediakan aneka menu minuman dan makanan tradisional, misalnya *sego godhog*, *brongkos* dan menu bahan makanan lokal singkong yaitu nasi *thiwul* dan *gethuk*, serta jajanan pasar yang beraneka ragam.



Gambar 4.15 Pendopo Nde'luweh

Sumber: <http://klikkuliner.com>

##### B. Fasilitas

Fasilitas yang ada di Pendopo Nde' luweh ini antara lain adalah area parkir yang cukup luas di bagian depan, toilet, dan *hotspot*.

#### 4.3.3.4 Bale Raos

##### A. Profil

Restoran Bale Raos terletak di Jln. Magangan Kulon No. 1 Kraton Yogyakarta. Restoran Bale Raos merupakan restoran yang menyajikan hidangan khusus dari kegemaran raja-raja zaman dulu, yaitu kegemaran Sri Sultan HB VIII sampai dengan Sri Sultan HB X. Bale Raos mulai beroperasi sejak 23 Januari 2004, atas prakarsa KGPH Hadiwinoto sebagai upaya merealisasikan gagasan GKR Hemas untuk melestarikan dan membuka pintu kepada masyarakat umum untuk bisa mengetahui dan menikmati aneka kekayaan kuliner Kraton Yogyakarta.



Gambar 4.16 Bale Raos

Sumber: [www.kuliner.panduanwisata.id](http://www.kuliner.panduanwisata.id)

## B. Fasilitas

Terdapat lima fasilitas di Restoran Bale Raos, yaitu

1. dua buah pendopo / joglo dengan kapasitas
  - a. Joglo Selatan berdaya tampung 40 *seating capacity*
  - b. Joglo Utara berdaya tampung 50 *seating capacity*
2. VIP dan *Metting Room*

3. Ballroom Bale Raos berdaya tampung 200--300 *seating capacity*
4. Hall terbuka berdaya tampung 40 *seating capacity*
5. toilet

#### 4.3.3.5 Cokro Telo Cake

##### A. Profil

Cokro Telo Cake terletak di Jln. HOS. Cokroaminoto No. 97, Kelurahan Pakuncen, Kecamatan Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berawal dari kegundahannya terhadap bangsa Indonesia, yaitu semboyan “ijo royo royo gemah ripah loh jinawi, negara yang kaya raya dengan tanah yang subur, ternyata indonesia harus banyak mengimpor kebutuhan pangan untuk masyarakatnya. Tela Corp berkeinginan besar untuk memberikan nilai tambah pada produk olahan bahan pangan yang nantinya bahan baku pangan ini harus menjadi kebanggaan masyarakat untuk dikonsumsi dari, oleh, dan untuk masyarakat Indonesia (Cokro Telo Cake.co.id).





#### Gambar 4.17 Cokro Telo Cake

Sumber: Dokumen Pribadi 2016

Tela Corp menyajikan sebuah makanan dengan bahan dasar pangan lokal berbasis singkong yang sudah diolah menjadi tepung. Dari tepung singkong tersebut Tela Corp mengolahnya menjadi kue dengan banyak pilihan rasa yang disajikan ke dalam menu tela cake kukus, panggang, special cake, dan tela krezz.

#### **B. Fasilitas**

Fasilitas yang ada di pusat penjualan oleh-oleh Cokro Telo Cake antara lain adalah toilet, musala, area parkir dan wifi.

#### **4.3.3.6 Pusat Penjualan Oleh-Oleh Jalan Mataram**

##### **A. Profil**

Sejak tahun 1968 pusat penjualan oleh-oleh ini sudah beroperasi di kawasan Jln. Mataram dengan berbagai macam makanan. Produk kemasan yang dijual di pusat oleh-oleh ini diantaranya adalah bakpia, yangko, gethuk, selondhok, wingko, geplak dll. Selain itu, pusat oleh-oleh ini menyediakan jasa pemesanan aneka oleh-oleh via telepon dan website.



Gambar 4.18 Outlet Pusat Oleh-Oleh Betta Jl. Mataram

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016



Gambar 4.19 Outlet Pusat Oleh-Oleh Gus Djat Jl. Mataram

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

Lokasi yang bagus dan strategis membuat pusat oleh-oleh ini banyak dikunjungi dan diserbu oleh wisatawan dari luar Yogyakarta. *Outlet-outlet* berjejeran dengan



menyediakan bermacam makanan oleh-oleh khas Yogja. Outlet-outlet tersebut antara lain adalah Bu Tini, Beta, dan Gus Djat.



Gambar 4.20 Outlet Pusat Oleh-Oleh Bu Tini Jl. Mataram  
Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

Karakter untuk responden dari hasil data lapangan terdiri atas dua bagian yaitu 15 responden sebagai pelaku usaha dan 32 responden sebagai pengunjung yang mencicipi makanan lokal berbasis singkong yang ada di hotel, restoran, dan pusat oleh-oleh Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta dengan persentase sebagai berikut.

**Tabel 5.1**

**Persentase Jumlah Total Responden**

<b>Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pelaku Usaha	15	31,9
Pengunjung	32	68,1
<b>Jumlah Total</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Survei, 2016

Persentase jumlah total responden sebagai pelaku usaha adalah 31,9% sedangkan responden sebagai pengunjung sebesar 68,1 persen.

##### 5.1.1 Responden Pelaku Usaha

Responden pelaku usaha ini terdiri atas tiga kelompok, yaitu, chef, manager resto, dan pemilik yang menyediakan makanan lokal berbasis singkong mulai dari

penyediaan bahan makanan sampai dengan penyajiannya di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh dengan persentase sebagai berikut.

**Tabel 5.2**

**Persentase Responden Pelaku Usaha**

Responden	Jumlah	Persentase	Keterangan
<i>Chef</i>	4	26,7	Pengolah bahan mentah menjadi hidangan siap saji.
Manajer Resto	7	46,6	Pengelola bahan makanan (memperoleh bahan makanan lokal singkong) serta pengoperasian restoran, dan hotel.
Pemilik	4	26,7	Mengelola usahanya mulai dari perolehan bahan, pengolahan, pengemasan sampai penjualan seperti di tiga pusat penjualan oleh-oleh dan makanan tempo dulu.
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	

Sumber: Hasil Survei, 2016

### 5.1.2 Karakteristik Responden Pengunjung

Pengunjung yang mencicipi makanan lokal berbasis singkong dan yang dijadikan responden berjumlah 32. Adapun karakter responden ini dibagi ke dalam enam bagian berikut ini.

#### A. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Asal

Hasil data lapangan menunjukkan bahwa daerah asal pengunjung dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu, Daerah Istimewa Yogyakarta dan luar Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Tabel 5.3**

**Persentase Responden berdasarkan Asal**

Asal	Jumlah	Persentase
DIY	8	25
Luar DIY	24	75
<b>Jumlah Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Survei, 2016

Pengunjung luar Daerah Istimewa Yogyakarta tercatat sebanyak 75 persen makan olahan makanan lokal berbasis singkong dan yang berasal dari Yogyakarta berjumlah 25 persen. Hal ini, menunjukkan bahwa minat wisatawan terhadap olahan makanan berbasis lokal singkong cukup besar.

#### B. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Umur

Menurut data BPS 2014, umur produktif kerja masyarakat berkisar antara 15 sampai dengan 64 tahun. Dengan mengacu dari hal tersebut, data yang berhasil didapat menunjukkan umur responden yang berkunjung dan mencicipi makanan lokal berbasis singkong adalah berumur 25 – 34 tahun dengan persentase 31, 25 persen, sedangkan persentase terendah adalah berumur 35 – 44 tahun dan usia 55 - 64 tahun, yaitu 12,5 persen.

**Tabel 5.4**

#### **Persentase Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah	Persentase
15 -24	5	15,625
25 - 34	10	31,25
35 – 44	4	12,5
45 – 54	9	28,125
55 – 64	4	12,5
<b>Jumlah Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Survei, 2016

Wisatawan yang mengunjungi hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh berumur 25 sampai 34 tahun. Usia tersebut merupakan usia ber-kategori dewasa yang matang. Mereka mempunyai ilmu pengetahuan yang lebih dan mapan seperti ada keinginan untuk bekerja dan menikah. (Biangarol.blogspot.co.id, 2015).

### C. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Jenis Kelamin

Komposisi pengunjung berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah responden 32 adalah laki-laki 9 responden (28,1 persen) sedangkan perempuan 23 responden (71,9 persen). Banyaknya responden yang menikmati makanan lokal berbasis singkong di dominasi oleh kaum perempuan.

**Tabel 5.5**

**Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	23	71,9
Laki- Laki	9	28,1
<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Survei, 2016

### D. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Pendidikan

Responden pengunjung yang mencicipi makanan lokal berbasis singkong tercatat terbesar berada di jenjang pendidikan S1 (84,4 persen). Mereka lebih mengetahui akan makanan yang dikonsumsi.

**Tabel 5.6**

**Persentase Responden berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMK	1	3,1
D3	1	3,1
S1	27	84,4
S2	3	9,4
<b>Jumlah Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Survei, 2016

**E. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan responden dapat dikelompokkan ke dalam tiga bidang, yaitu swasta, pegawai negeri, dan belum bekerja tertera pada tabel di bawah.

**Tabel 5.7**

**Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Swasta	19	59,4
Pegawai Negeri	5	15,6
Belum Bekerja	8	25
<b>Jumlah Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Survei, 2016

Responden kebanyakan bekerja sebagai pekerja swasta (59,4 persen), belum bekerja (25 persen), dan pegawai negeri (15,6 persen). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang berkunjung dan mencicipi makanan berbasis singkong merupakan wisatawan yang sudah berpenghasilan.

## 5.2 Identifikasi Olahan Bahan Pangan Lokal Berbasis Singkong

Bahan pangan lokal singkong merupakan bahan pangan lokal yang sedang mendapat perhatian dan dikembangkan untuk menghadapi kompetisi pasar modern. Banyaknya bahan pangan impor dan makanan makanan cepat saji membuat masyarakat mengesampingkan bahan pangan lokal. Bahan pangan lokal singkong yang melimpah membuat sebagian orang beranggapan bahwa alangkah baiknya bahan pangan lokal singkong yang ada di daerahnya dimanfaatkan dan dikembangkan untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap makanan cepat saji dan bahan pangan impor lain, seperti beras dan kentang. Hal serupa juga diungkapkan oleh Boni pengusaha Kampung Labasan Tropical Resort.

“Masyarakat saat ini kalau saya lihat, lebih suka dan lebih merasa gaya kalau mereka makan di tempat makan *fast food* seperti KFC, *humberger*, tempat makan Jepang, Korea, dari pada makan makanan singkong. Hal ini, tidak serta merta saya katakan saja karena ada bukti yang membenarkan, yaitu saya sebagai pelaku usaha pernah membuat rumah makan di daerah seturan dari singkong seperti capcay singkong, sup cream singkong, pepes singkong, dan sambal korek singkong, namun kurang diminati oleh masyarakat sehingga saat ini warung makan di daerah tersebut sudah saya tutup”. (Wawancara, 2016)

Beragam – macam inovasi dewasa ini telah dilakukan untuk mengembangkan olahan bahan pangan lokal singkong, seperti yang dilakukan di hotel, restoran, pusat penjualan oleh-oleh. PHRI Daerah Istimewa Yogyakarta berkebijakan bahwa hotel

yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta wajib memasukkan menu bahan pangan lokal singkong ke dalam menu *breakfast* dan *coffebreak* (Telo, 26 Agustus 2015).

Dengan adanya kebijakan PHRI tersebut, beberapa hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh memberikan respons positif. Mereka merespon positif bahwa bahan pangan lokal singkong merupakan bahan lokal yang patut dikembangkan untuk mengurangi dikonsumsi bahan pangan impor dan ketergantungan masyarakat terhadap beras dan makanan cepat saji. Daerah Istimewa Yogyakarta yang lebih terkenal dengan makanan khas gudeg menjadi lebih kreatif mengolah makanan khas dan makanan lokal yang lain, seperti bahan pangan lokal singkong. Berbagai menu olahan bahan lokal ditawarkan di berbagai hotel seperti yang ada di daerah Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta. Mereka menyajikan menu utama, kudapan basah, makanan olahan singkong kering atau terkemas yang dapat dilihat pada Tabel 5.8 di bawah ini:



### Identifikasi Olahan Bahan Pangan Lokal Singkong yang terdapat di Hotel/Restauran/Pusat Penjualan Oleh-Oleh

Nama	Menu Utama	Kudapan Basah	Olahan Kering/Terke mas	Persentase	Persentase
				Serapan Singkong	Serapan Nonsingkong
<b>Hotel</b>	capcay singkong	Gethuk		42%	58%
	sup krim singkong	sawut			
	thiwul goreng jamur	thiwul gula jawa			
	mie ethek goreng	Singkong keju			
<b>Restoran</b>		Cenil			
	nasi tiwul	gethuk lindri	tela Krezz	74,45%	25,5%
		sawut			
		cenil			
<b>Pusat Oleh- Oleh</b>		bendul			
	nasi tiwul ayam	latella coklat keju	selondok	58,33%	41, 67%
	sambal & lalapan	tela cake blube	lanthing		
		tela cake coklat	kripik		
		tela cake panggang keju	pathilo		
		tela cake rainbow			

tela cake valentine

tela cake ubi ungu

tela cake ubi almond

tela cake stawbery

tiwul coklat, Keju, gula jawa dan  
pasir

tiwul Srintil

gatot

cenil

getuk

mata roda

sawut

jenang gerendul

Sumber: Hasil Survei, 2016

Berdasarkan data Tabel 5.8 tersebut, bahan pangan lokal singkong yang terserap di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya bagi ketiga daerah tersebut terdiri atas tiga menu yaitu menu utama (hotel dan restoran), kudapan basah (hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh), dan makanan olahan singkong kering atau terkemas (pusat penjualan oleh-oleh). Hasil persebaran bahan pangan lokal singkong tersebut lebih banyak terserap di restoran, yaitu 74.45 persen dari bahan baku restoran (bahan pangan lokal singkong dan nonsingkong) yang ada di tiga daerah penelitian. Hal ini disebabkan wisatawan menilai bahwa menu yang berada di restoran berkualitas lebih memuaskan dibandingkan dengan hotel dengan persentase (42 persen dari bahan baku) dan pusat oleh-oleh (58,33 persen dari bahan baku). Persentase tersebut dilihat dari kemasan, otentisitas, dan suasana lokasi yang saling mendukung.

Produk olahan makanan menjadi modal untuk pengembangan wisata kuliner yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bahan pangan lokal singkong, dalam perkembangannya, mengalami peningkatan dan perubahan standar. Bahan pangan lokal singkong dewasa ini dapat dinikmati dalam berbagai variasi menu hidangan seperti terlihat pada Tabel 5.10, dan dapat dinikmati oleh banyak kalangan. Berikut beberapa variasi menu makanan lokal singkong yang beredar di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

Tabel 5.9

### Identifikasi Olahan Bahan Pangan Lokal Singkong yang terdapat di Kabupaten /Kota Daerah Istimewa Yogyakarta

Nama Kabupaten/ Kota	Menu Utama	Kudapan Basah	Olahan Kering/Terk emas	Persentase	Persentase
				Serapan Singkong	Serapan Nonsingkong
Kabupaten Sleman	capcay singkong	thiwul gula jawa	Patilo	52%	48%
	sup srim singkong	singkong keju	lanthing		
	nasi thiwl goreng jamur	getuk manis	selondhok		
	mie lethekek goreng	getuk asin, sawur, lindri	kripik singkong		
		jongkong singkong			
		jenang gerendul			
		thiwul serintil			
		mata roda			
		senteleng			
		cenil			
Kabupaten		sawut			
		bendul			
		gatot			
	nasi thiwl ayam sambal &	thwul Gula pasir	tela Krezz	70%	30%

Bantul

lalapan



TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK MAKANAN LOKAL BERBASIS SINGKONG  
DI KAWASAN WISATA KULINER  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
ANIS NUR CHABIBAH, Prof. Dr. Phil. Darjono, Damanik, M.Si; Prof. Dr. H. Eri Harmayani, M.Sc  
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

thiwul Keju

kripik

thiwul Coklat

singkong

gatot

Kota

nasi thiwul

tela cake bluberi, coklat,  
panggang keju, rainbow,  
santa, valentine, ubi ungu,  
almond, stawbery

Selondok

65,57%

34,47%

lanthing

kripik

singkong

thiwul gula merah

cenis

patilo

getuk

bandul

Sumber: Hasil Survei, 2016

Persentase serapan bahan lokal berbasis singkong terbanyak berada di Kabupaten Bantul yaitu 70 persen dari jenis makanan (bahan lokal singkong dan non singkong) yang dihidangkan di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh. Jenis makanan olahan singkong itu sebanyak 9 macam. Persentase terendah ada di Kabupaten Sleman, yaitu 52 persen dari jenis makanan (bahan lokal singkong dan nonsingkong) dengan jenis makanan olahan 19 macam. Kota Yogyakarta tercatat 65, 57 persen dari jenis makanan (bahan lokal singkong dan nonsingkong) berada di posisi tengah dengan jenis makanan olahan 19 macam. Tingginya persebaran bahan pangan lokal singkong yang terserap di Kabupaten Bantul disebabkan adanya keseimbangan antara pembelian makanan olahan berbasis singkong dan bahan pangan lokal yang diperoleh di pasar. Bahan pangan lokal di Kabupaten Bantul lebih mudah diperoleh dibandingkan dengan Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Hal serupa juga diungkapkan oleh Boni, pengusaha hotel dan restoran di Kabupaten Sleman berikut ini.

“Bahan pangan lokal singkong yang beredar di Kabupaten Sleman sangat sedikit karena tidak banyak petani yang menanam singkong sehingga pasokan bahan lokal singkong yang ada tidak mencukupi dan saya sebagai pelaku usaha terkadang harus mengambil pasokan dari luar Sleman” (Wawancara, 2016)

Tabel 5.10

**Makanan Olahan Bahan Lokal Berbasis Singkong di Kabupaten Sleman,  
Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta**

Menu Utama	Kudapan	Olahan Kering/Terkemas
1. capcay singkong	6. latella coklat gren tea	35. tela Krezz
2. supkrim	7. latella coklat keju	36. patilo
3. nasi thiwul goreng jamur	8. tela cake bluberry	37. selondhok
4. mie lethekek goreng	9. tela cake coklat	38. kripik Singkong
5. nasi thiwul ayam sambal & lalapan	10. tela cake panggang keju	39. lanthing
	11. tela cake rainbow	
	12. tela cake santa	
	13. tela cake valentine	
	14. tela cake ubi ungu	
	15. tela cake ubi almond	
	16. tela cake stawbery	
	17. thiwul gula jawa	
	18. thiwul gula pasir	
	19. thiwul keju	
	20. thiwul Coklat	
	21. thiwul Srintil	
	22. cenil	
	23. getuk manis	
	24. getuk asin	
	25. getuk Sawur	
	26. getuk Lindri	
	27. bendul	
	28. jongkong singkong	
	29. bandul	
	30. gatot	

31. mata rocha

32. senteleng

33. jenang gerendul

34. sawut

Sumber: Hasil Survei, 2016



## **5.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan**

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal berbasis singkong berpengaruh terhadap kondisi produk. Kepuasan wisatawan memberikan peluang bagi produk untuk berkembang di industri wisata kuliner. Wisatawan yang datang tidak hanya bertujuan makan untuk memperoleh rasa kenyang, tetapi juga untuk bisa merasakan sensasi yang berbeda atas produk olahan makanan tersebut. Dengan demikian, wisatawan memperoleh pengalaman baru dalam berwisata kuliner.

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal berbasis singkong mempunyai kriteria penilaian, yakni menggunakan skala 1—5, dengan klasifikasi nilai 1 menandakan sangat puas, 2 menandakan puas, 3 menandakan cukup puas, 4 menandakan tidak puas, dan 5 menandakan sangat tidak puas. Berikut hasil pembahasan menurut indikator yang di bagi atas empat komponen kepuasan wisatawan. Pertama, tingkat kepuasan wisatawan terhadap lima indikator utama. Kedua, tingkat kepuasan wisatawan terhadap dua indikator pendukung kepuasan produk. Ketiga, tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk di kawasan. Keempat, tingkat kepuasan wisatawan terhadap jenis menu.

### **5.3.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Lima Indikator Utama Produk**

Penilaian kepuasan wisatawan terhadap lima indikator utama produk makanan lokal berbasis singkong sederhana, yakni mencari nilai rata-rata di setiap indikator dalam produk. Hal ini dilakukan agar diperoleh nilai yang akurat dalam tingkatan yang diperoleh dari wisatawan. Berdasarkan standar penilaian wisatawan, jika wisatawan merasa puas, penilaian terhadap produk akan menunjukkan kualitas yang baik. Akan tetapi, jika wisatawan merasa tidak puas, penilaian terhadap produk akan menunjukkan kualitas yang buruk.

### 5.3.1.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kemasan Produk

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kemasan produk makanan lokal berbasis singkong merupakan analisis indikator pertama dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Penilaian kepuasan ini mempunyai satu pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.11**

**Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kemasan**

Pertanyaan Indikator	Nilai Rata- Rata	Keterangan
Seberapa puas Anda terhadap kemasan atau penyajian produk olahan singkong.	1,75	Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Nilai rata-rata kepuasan wisatawan terhadap kemasan produk olahan singkong ini adalah 1,75. Artinya, wisatawan merasa puas. Wisatawan menilai bahwa kemasan produk sangat menarik perhatian sehingga memutuskan untuk membelinya. Hal serupa juga ditunjukkan oleh Heni, penikmat makanan lokal singkong berikut ini.

“Kemasan yang bagus sangat menarik untuk dilihat karena itu kemasan produk sangat memengaruhi saya untuk membeli dan saya rasa dari kemasan yang bagus juga terlintas bahwa rasanya juga enak (Wawancara, November 2016)

Bagi wisatawan, kemasan yang baik dapat menjadikan produk makanan olahan singkong sebagai makanan yang terlihat mempunyai rasa yang enak, higienis dan mempunyai kualitas, sehingga kemasan itu sangat besar pengaruhnya terhadap pembelian produk tersebut.

### 5.3.1.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Harga Produk

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap harga produk makanan lokal berbasis singkong merupakan indikator kedua. Penilaian kepuasan ini mempunyai satu pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.12**

#### **Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Harga**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata- Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Seberapa puas Anda terhadap harga yang ditetapkan untuk produk olahan singkong.	2,40	Cukup Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap harga produk memiliki nilai 2,40. Artinya, wisatawan merasa cukup puas. Penjelasan ini didukung oleh hasil wawancara dengan Gunarto, penikmat makanan lokal berbasis singkong di Hotel New Saphir:

“Setelah merasakan makanan berbahan singkong ini, menurut saya harga yang ditetapkan sangat mahal karena rasa yang diperoleh dari produk sama dengan produk yang saya beli di pasar, sehingga tidak sebanding dengan harga yang ditetapkan” (Wawancara, Juni 2016)

Harga yang kurang memuaskan bagi wisatawan membuat penilaian terhadap produk menjadi kurang baik. Harga yang ditawarkan di lokasi seharusnya disesuaikan dengan standar kualitas. Dalam hal ini, wisatawan menilai bahwa harga yang ditetapkan sangat mahal, mengingat peringkat rasa sama dengan produk di pasar tradisional yang berharga lebih murah.

### 5.3.1.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Varian Menu

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap varian menu produk makanan lokal berbasis singkong merupakan indikator ketiga dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Penilaian kepuasan ini mempunyai satu pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.13**

#### **Tingkat Kepuasan Terhadap Varian Menu**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Seberapa puas Anda terhadap variasi menu produk olahan singkong.	2,25	Cukup Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Tingkat kepuasan terhadap varian menu produk olahan singkong bernilai 2,25. Artinya, wisatawan merasa cukup puas dalam indikator. Hal ini terjadi karena wisatawan menganggap bahwa variasi menu makanan olahan singkong di tempat wisata yang dikunjungi masih sama dengan produk di pasar tradisional. Variasi menu produk olahan singkong yang ada di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh belum memuaskan. Wisatawan beranggapan bahwa menu yang berada di hotel dan restoran dikreasikan secara profesional mengingat hotel dan restoran merupakan tempat yang dianggap mewah dan ditangani oleh *chef* profesional.

### 5.3.1.4 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Otentisitas

Tingkat kepuasan terhadap otentisitas produk makanan lokal berbasis singkong merupakan indikator keempat dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Penilaian kepuasan ini mempunyai dua pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.14**

**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Otentisitas**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Seberapa puas Anda terhadap rasa produk olahan singkong.	2,09	Cukup Puas
Seberapa puas Anda terhadap higienisitas bahan produk olahan singkong.	2,09	Cukup Puas
<b>Jumlah Total</b>	<b>2,09</b>	<b>Cukup Puas</b>

Sumber: hasil survei, 2016

Nilai tingkat kepuasan wisatawan terhadap otentisitas produk makanan lokal berbasis singkong diperoleh dari rasa dan higienisitas bahan pangan. Rasa makanan mampu menimbulkan kenikmatan terhadap indera pengecap sehingga muncul rasa enak dan tidak enak setelah konsumen menikmatinya. Selain itu higienisitas bahan pangan akan mampu menggambarkan tingkat kebersihan produk pangan sehingga kedua pertanyaan tersebut mampu mewakili indikator otentisitas.

Nilai tingkat kepuasan di indikator otentisitas produk makanan lokal singkong adalah 2,09. Artinya, wisatawan merasa cukup puas atas indikator ini. Wisatawan menilai bahwa otentisitas produk makanan lokal singkong dapat menggambarkan ciri khas (otentik) yang hanya dapat

dinikmati di daerah tersebut. Namun demikian, otentisitas produk ini masih kurang sempurna karena rasa dan higienisitas produk belum secara optimal dijaga dan dimanfaatkan.

### 5.3.1.5 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Pelayanan

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan merupakan indikator kelima dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Penilaian kepuasan ini mempunyai dua pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.15**

**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Pelayanan**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Seberapa puas Anda terhadap kecepatan pelayanan yang ada di lokasi.	2,12	Cukup Puas
Seberapa puas Anda terhadap keramahan pelayan yang ada di lokasi.	2,25	Cukup Puas
<b>Jumlah Total</b>	<b>2,18</b>	<b>Cukup Puas</b>

Sumber: Hasil Survei 2016

Nilai tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan dilihat dari dua pertanyaan, yaitu kecepatan dan keramahan pelayanan. Nilai tingkat kepuasan terhadap pelayanan ini adalah 2,18. Artinya wisatawan merasa cukup puas dalam indikator ini. Penilaian ini didasarkan atas perspektif wisatawan bahwa pelayanan yang cepat mampu membuat wisatawan merasa puas. Keramahan pelayanan mampu membuat wisatawan merasa senang. Dengan demikian, indikator pelayanan ini belum banyak memengaruhi kualitas produk.

### 5.3.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Dua Indikator Penunjang Kepuasan Produk

Penilaian kepuasan wisatawan terhadap dua indikator penunjang kepuasan merupakan penilaian dari sisi luar produk. Artinya penilaian ini dilakukan karena indikator tersebut mampu memengaruhi wisatawan untuk membeli layanan wisata, seperti suasana dan informasi. Suasana lokasi yang nyaman akan memberikan ketenangan bagi wisatawan. Adanya informasi pun akan memberikan kemudahan wisatawan untuk mengetahui gambaran umum tentang produk. Hal serupa juga dipaparkan oleh Imma, wisatawan asal Malang berikut ini.

“Suasana yang sejuk membuat saya menikmati hidangan dengan nyaman dan santai sehingga membuat saya ingin kembali ke lokasi ini untuk menikmatinya dan informasi yang disediakan sangat membantu saya untuk memilih produk makanan lokal singkong”.

#### 5.3.2.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Suasana

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap suasana merupakan indikator penunjang produk pertama dalam analisis ini. Penilaian kepuasan ini mempunyai tiga pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.16**

#### **Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Suasana**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Suasana yang ada di lokasi	2	Puas
Keamanan di lokasi	2,24	Cukup Puas
Kebersihan lokasi hotel, restoran, atau pusat penjualan oleh-oleh	2	Puas
<b>Jumlah Total</b>	<b>2,08</b>	<b>Cukup Puas</b>

Sumber: Hasil Seurvei, 2016

Nilai kepuasan wisatawan terhadap suasana dilihat dari tiga pertanyaan penunjang produk, yaitu suasana, keamanan, dan kebersihan. Ketiga kondisi tersebut mampu mewakili indikator suasana karena suasana lokasi yang bersih dan aman membuat wisatawan nyaman menikmati hidangan. Nilai rata-rata keseluruhan indikator ini adalah 2,08. Artinya, wisatawan merasa cukup puas. Wisatawan mengungkapkan bahwa suasana di lokasi bersih dan nyaman, tetapi keamanannya masih kurang sehingga membuat wisatawan merasa tidak tenang waktu menikmati hidangan.

### 5.3.2.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Informasi Produk

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap informasi produk ini merupakan indikator penunjang kedua dalam analisis, penilaian kepuasan ini mempunyai satu pertanyaan dengan rentang skala 1-- 5.

**Tabel 5.17**

#### **Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kemudahan Memperoleh Informasi**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Sangat puaskah anda terhadap kemudahan mendapatkan dan menjelaskan informasi	2,18	Cukup Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Nilai tingkat kepuasan wisatawan terhadap kemudahan memperoleh informasi indikator ini adalah 2,18. Artinya, wisatawan merasa cukup puas. Wisatawan merasa bahwa mengetahui tentang seluk - beluk produk merupakan hal yang cukup penting baginya untuk memutuskan membeli produk makanan tersebut. Namun demikian, kondisi yang ada membuat wisatawan



menilainya kurang bagus karena belum banyak informasi yang tersedia. Wisatawan kurang memperoleh informasi tentang produk.

### **5.3.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Destinasi**

#### **5.3.3.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Hotel**

Hotel merupakan akomodasi yang penting dalam pariwisata. Dalam perkembangannya hotel tidak hanya menyediakan tempat untuk tidur tetapi berbagai fasilitas diberikan sebagai alat untuk memuaskan wisatawan, termasuk untuk mengonsumsi makanan. Berbagai macam hidangan disediakan untuk memenuhi keperluan makanan wisatawan sehingga wisatawan dapat memilihnya sesuai dengan selera, termasuk makanan lokal berbais singkong.

Makanan lokal singkong yang disajikan hotel menjadi bernilai lebih eksklusif dan berkelas. Semula masyarakat menilai bahwa makanan lokal ini merupakan makanan yang ndesa, yang dinikmati oleh orang-orang berkelas rendah dan mengesampingkan manfaatnya. Hal serupa juga diungkapkan oleh Boni selaku pelaku usaha Kampung Labasan Tropical Resort berikut ini.

“Singkong merupakan makanan yang dipandang sebelah mata bagi masyarakat karena dianggap makanan orang zaman dahulu, makanan yang hanya dinikmati oleh orang tua. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya inovasi dari produk tersebut, sehingga masyarakat hanya menikmati singkong dengan mengukusnya saja” (Wawancara, 2016).

Kepuasan wisatawan menjadi faktor penting untuk melihat persepsinya terhadap produk makanan lokal berbasis singkong di kawasan hotel. Dengan demikian, produk tersebut mampu bersaing dengan produk yang bernilai eksklusif lain.

**Tabel 5.18**

**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Menu Produk Makanan Lokal Berbasis Singkong di Hotel**

No	Indikator	Nilai Rata- Rata	Keterangan
1.	Kemasan atau penyajian produk olahan singkong	1,9	Sangat Puas
2.	Otentisitas produk olahan singkong	1,8	Sangat Puas
3.	Harga yang produk olahan singkong	2,3	Cukup Puas
4.	Variasi menú produk olahan singkong	2,4	Cukup Puas
5.	Pelayanan	2	Puas
6	Suasana yang ada di lokasi	1,73	Sangat Puas
7	Informasi tentang produk	2,1	Cukup Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Nilai kepuasan wisatawan diperoleh dari 7 indikator yang memengaruhi kualitas produk di dalam hotel. Tiga indikator (kemasan, otentisitas, suasana) mempunyai nilai rata-rata di bawah nilai 2. Artinya, wisatawan merasa sangat puas terhadap ketiga indikator tersebut. Hal ini disebabkan makanan lokal berbasis singkong yang berada di hotel mempunyai standar pengolahan yang lebih optimal. Keahlian memasak *chef* profesional untuk mengolah makanan lokal singkong menjadikannya sebagai makanan yang berkelas. Satu indikator (pelayanan) menunjukkan nilai 2. Artinya, wisatawan merasa puas. Mereka memandang bahwa pelayanan yang ada di lokasi tidak membutuhkan waktu yang lama dan pelayan ramah. Tiga indikator (harga, variasi, dan informasi) mempunyai nilai kepuasan di bawah angka 3. Artinya wisatawan menilai bahwa ketiga indikator tersebut mempunyai nilai cukup puas. Hasil wawancara dengan Suwahono, manajer *food & baferage* di Hotel Cangkringan menunjukkan hal serupa berikut ini.

“Pengolahan makanan lokal singkong di hotel ini mempunyai standar tersendiri. Kami mempekerjakan *chef* yang profesional untuk dapat mengubah makanan tersebut menjadi makanan yang lebih berkelas. Menurut pengalaman saya, memang di sebuah restoran dalam hotel pasti terdapat standar yang diberlakukan (Wawancara, juni 2015)

Wisatawan menilai bahwa menu makanan lokal berbasis singkong di hotel berkualitas

tinggi dilihat dari proses pengolahannya yang optimal.

### 5.3.3.2 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Restoran

Restoran merupakan lokasi kedua yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk memperoleh kenikmatan kuliner di kawasan wisata. Restoran membantu wisatawan memperoleh lokasi makan yang sesuai dengan selera. Restoran pun menjadi wadah makanan khas daerah tempat tujuan wisata dikembangkan. Di restoran makanan lokal berbasis singkong diolah menjadi makanan yang lezat.

Kepuasan wisatawan terhadap produk di restoran sangat membantu peningkatan kualitas produk tersebut . Produk dapat dikembangkan dalam industri pariwisata sebagai upaya peningkatan produk makanan lokal berbasis singkong sehingga dapat mengubah persepsi masyarakat atas manfaat yang terkandung dalam makanan tersebut.

**Tabel 5.19**

#### **Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Menu Makanan Lokal Berbasis Singkong di Restoran**

No	Indikator	Nilai Rata- Rata	Keterangan
----	-----------	---------------------	------------

1.	Kemasan atau penyajian produk olahan singkong.	1,5	Sangat Puas
2.	Otentisitas produk olahan singkong.	1,5	Sangat Puas
3.	Harga yang produk olahan singkong.	1,5	Sangat Puas
4.	Variasi menú produk olahan singkong.	1,5	Sangat Puas
5.	Pelayanan yang ada di lokasi.	1,75	Sangat Puas
6.	Suasana yang ada di lokasi.	1,67	Sangat Puas
7.	Informasi tentang produk.	1,75	Sangat Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Kepuasan wisatawan terhadap 7 indikator bernilai kurang dari 2. Artinya, wisatawan merasa sangat puas di setiap indikatornya. Penilaian ini didasarkan atas apa yang telah dirasakan terhadap produk. Kondisi produk melebihi ekspektasi wisatawan di setiap indikatornya, misalnya kemasan. Wisatawan menilai bahwa kemasan yang ada sangat bagus dan berkelas mengingat bahan yang dipakai adalah bahan lokal yang biasanya sering dijumpai berkualitas rendah. Rasa makanan lokal tersebut juga sangat khas (otentik). Variasi menu sangat banyak. Pelayanan ramah. Harga makanan juga sesuai. Suasana yang ada di lokasi sangat nyaman dan aman. Adanya informasi tentang produk lengkap. Dengan demikian, wisatawan beranggapan bahwa produk yang ada di restoran berkualitas yang sangat baik.

### 5.3.3.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Produk di Pusat Penjualan Oleh-Oleh

Pusat penjualan oleh-oleh merupakan pusat belanja makanan khas daerah tujuan wisata yang disediakan untuk mempermudah wisatawan memperoleh makanan khas tersebut. Pusat penjualan oleh-oleh khususnya di tujuan wisata Daerah Istimewa Yogyakarta, tersebar di berbagai lokasi dan tersedia makanan lokal singkong di *outlet-outlet* penjualan. Makanan lokal berbasis

singkong yang dikemas menjadi makanan siap saji dijual untuk wisatawan sebagai oleh-oleh khas wisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Tabel 5.20**  
**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Menu Lokal Berbasis Singkong di Pusat Penjualan Oleh-Oleh**

No	Indikator	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1.	Kemasan atau penyajian produk olahan singkong	1,72	Sangat Puas
2.	Otentisitas produk olahan singkong	2,28	Cukup Puas
3.	Harga yang produk olahan singkong	2,61	Cukup Puas
4.	Variasi menu produk olahan singkong	2, 28	Cukup Puas
5.	Pelayanan	2,24	Cukup Puas
6	Suasana yang ada dilokasi	2,42	Cukup Puas
7	Informasi tentang produk	2,33	Cukup Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Penilaian kepuasan wisatawan terhadap produk di pusat penjualan oleh-oleh didasarkan pada perspektif wisatawan dengan mencari nilai rata-rata pada setiap indikatornya. Wisatawan menilai bahwa indikator yang sangat puas adalah kemasan produk yakni 1,72, sedangkan 6 indikator yang lain menunjukkan nilai cukup puas.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa kemasan produk mampu memberikan kesan yang dalam terhadap wisatawan. Wisatawan yang melihat kemasan bagus akan terkesan bagus juga atas produk. Penilaian pertama wisatawan terhadap kualitas produk makanan lokal berbasis singkong adalah kemasan. Produk yang dijual di pusat penjualan oleh-oleh merupakan produk yang dikemas sehingga wisatawan dapat langsung membelinya ketika melihat kemasan yang bagus

tanpa memedulikan rasa ataupun indikator yang lain. Hasil wawancara dengan Atun, wisatawan yang membeli di pusat penjualan oleh-oleh.

“Setiap saya melihat kemasan yang menarik perhatian saya akan langsung membelinya. Menurut saya kemasan tersebut sepertinya sudah mewakili semuanya seperti rasa dll.”  
(Wawancara, 2016)

### 5.3.4 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Jenis Menu

Tingkat kepuasan ini merupakan kepuasan wisatawan yang dibedakan atas jenis menu, antara lain, menu utama (*main course*), kudapan basah, dan makanan olahan terkemas. Hal ini dilakukan agar dapat dilihat kondisi produk atau tampilan produk berdasarkan jenisnya.

#### 5.3.4.1 Menu Utama (*Main Course*)

Menu utama merupakan menu yang berada di hotel dan restoran, yang dihidangkan setelah *appetizer* (makanan pembuka). Menu ini menjadi andalan dalam daftar menu yang berada di hotel dan restoran, sehingga penilaian atas menu ini sangat membantu produk untuk lebih dikembangkan.

**Tabel 5.21**  
**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Menu Utama**

No	Indikator	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1.	Kemasan atau penyajian produk olahan singkong	1,8	Sangat Puas
2.	Otentisitas produk olahan singkong	1,8	Sangat Puas
3.	Harga yang produk olahan singkong	1,8	Sangat Puas
4.	Variasi menu produk olahan singkong	1,8	Sangat Puas
5.	Pelayanan	2	Puas

6	Suasana yang ada di lokasi	2,06	Puas
7	Informasi tentang produk	2	Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Penilaian kepuasan wisatawan dalam menu utama (*main course*) di empat indikator (kemasan, otentisitas, harga, dan variasi) mendapatkan nilai kepuasan di bawah angka 2. Artinya, wisatawan yang membelinya merasa sangat puas, sedangkan tiga indikator (pelayanan, suasana, dan informasi) bernilai kurang dari 3. Artinya, wisatawan merasa puas. Dapat dijelaskan bahwa makanan lokal berbasis singkong yang diolah menjadi produk menu utama sangat favorit di kalangan wisatawan. Hal ini disebabkan wisatawan melihat produk olahan berbasis singkong mempunyai rasa yang khas dan unik, kemasan baik, pelayanan yang diberikan ramah dan cepat, suasana lokasi aman dan nyaman, serta lengkapnya informasi yang ada. Hal serupa juga diungkapkan oleh Devi, wisatawan asal Yogyakarta berikut ini.

“Rasa dari produk olahan singkong ini sangat khas. Menurut saya bahan yang dipakai 100 persen dari singkong tanpa ada campurannya, selain itu pelayanannyajuga bagus dan lokasi sangat nyaman dan aman.” (Wawancara, 2016)



Gambar 5.1 Produk Menu Utama: Nasi Goreng Tiwul Jamur  
Sumber: website kampung labasan.html.com

### 5.3.4.2 Kudapan Basah

Menu kudapan basah merupakan menu yang berada di hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh. Menu ini diolah secara basah agar dapat langsung dinikmati secara segar dan tidak bisa tahan lama. Penilaian terhadap menu ini sangat membantu untuk memperbaiki kualitas produk baik dilihat dari otentisitas, kemasan, maupun yang lain.

**Tabel 5.22**

**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kudapan Basah**

No	Indikator	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1.	Kemasan atau penyajian produk olahan singkong.	1,59	Sangat Puas
2.	Otentisitas produk olahan singkong.	1,95	Sangat Puas
3.	Harga yang produk olahan singkong.	2,4	Puas
4.	Variasi menu produk olahan singkong.	2,30	Puas
5.	Pelayanan.	1,91	Sangat Puas
6	Suasana yang ada di lokasi.	1,10	Sangat Puas
7	Informasi tentang produk.	2	Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Kepuasan wisatawan terhadap menu kudapan basah di setiap indikatornya memiliki nilai yang berbeda-beda. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam menu kudapan basah, 4 indikator bernilai tingkat kepuasan sangat puas, sedangkan 3 indikator lainnya memiliki nilai tingkat kepuasan puas. Artinya, wisatawan menilai bahwa kemasan menu sangat unik dan bagus, produk yang ada otentik (khas daerah ODTW), harga produk sesuai dengan rasa. Variasi menu banyak



dikreasikan. Pelayanan sangat cepat dan pelayan ramah. Informasi yang diperlukan lengkap sehingga membantu wisatawan untuk memilih produk sesuai dengan selera. Suasana di lokasi membuat wisatawan senang menikmati hidangan tersebut.



Gambar 5.2 Kudapan Basah: Singkong Keju

Sumber: Dokumen Pribadi

#### 5.3.4.3 Makanan Olahan Singkong Terkemas

Menu olahan singkong terkemas merupakan menu yang ada di pusat penjualan oleh-oleh. Menu ini diolah secara kering supaya dapat dikonsumsi dalam waktu yang lama. Artinya, tidak cepat basi. Penilaian terhadap menu ini dapat membantu mengoptimalkan produk olahan berbasis singkong. Penilaian kepuasan wisatawan terhadap menu makanan olahan terkemas bernilai kepuasan 3. Artinya, wisatawan merasa cukup puas atas menu ini.

**Tabel 5.23**  
**Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Makanan Olahan Singkong Terkemas**

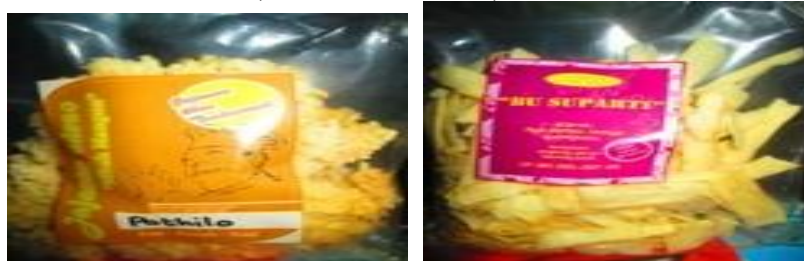
No	Indikator	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1.	Kemasan atau penyajian produk olahan singkong	3	Cukup Puas
2.	Otentisitas produk olahan singkong	3	Cukup Puas

3.	Harga yang produk olahan singkong	3	Cukup Puas
4.	Variasi menú produk olahan singkong	3	Cukup Puas
5.	Pelayanan	3	Cukup Puas
6	Suasana yang ada dilokasi	3	Cukup Puas
7	Informasi tentang produk	3	Cukup Puas

Sumber: Hasil Survei, 2016

Wisatawan menilai bahwa produk makanan olahan terkemas ini merupakan makanan yang praktis dan tahan lama. Makanan olahan terkemas ini dapat dinikmati di manapun dan kapan pun mereka inginkan tanpa harus mengkhawatirkan makanan tersebut rusak atau basi. Mereka merasa cukup puas mengonsumsi produk ini. Hal serupa juga diungkapkan oleh Septi, wisatawan asal Surabaya:

“Saya menganggap makanan olahan singkong yang dikemas ini lebih menarik dari menu olahan singkong yang basah seperti getuk, thiwul dan lainnya karena makanan ini dapat saya nikmati kapan pun dan di mana pun saya inginkan. Selain itu makanan ini juga tahan lama masa *expired* dan saya tidak perlu khawatir makanan ini basi. Kalau makanan basah bisa cepat basi dan tidak tahan lama”. (Wawancara, 2016)



Gambar: 5.3 (Dari Kiri ) Pathilo, Kripik Singkong  
Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

#### 5.4 Nilai Harapan Wisatawan terhadap Produk Makanan Lokal Singkong

Harapan wisatawan terhadap produk makanan lokal singkong merupakan keinginan wisatawan sebelum menikmatinya. Harapan yang sesuai dengan kenyataan akan memengaruhi

wisatawan. Harapan merupakan kepercayaan terhadap suatu yang diinginkan akan didapatkan (wikipedia.org, 2016). Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa harapan wisatawan sebelum dan sesudah menikmati produk olahan singkong yang sesuai akan membuat produk berkualitas yang tinggi bagi wisatawan. Begitupun sebaliknya, jika harapan tidak sesuai, akan menimbulkan penilaian atas produk berkualitas rendah. Penilaian harapan diperoleh dari penilaian rata-rata jumlah total harapan terhadap produk. Selain itu, penilaian harapan menggunakan rentang skala 1-- 5 dengan rincian: 1 menandakan nilai harapan sangat besar, 2 menandakan harapan besar, 3 harapan cukup besar, 4 harapan tidak besar, dan 5 harapan sangat tidak besar.

**Tabel 5.24**

**Harapan Wisatawan terhadap Makanan Lokal Berbasis Singkong**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>Keterangan</b>
Seberapa besar harapan Anda terpenuhi terhadap kualitas produk makanan lokal berbasis singkong.	1,96	Besar
Seberapa besar harapan Anda terpenuhi terhadap pelayanan di lokasi yang Anda kunjungi.	2,12	Cukup Besar
Seberapa besar harapan Anda terpenuhi terhadap fasilitas yang tersedia di lokasi yang Anda kunjungi.	1,96	Besar

Sumber: Hasil Survei, 2016

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, dapat dijelaskan bahwa harapan yang bagus merupakan harapan terhadap produk yang terpenuhi. Dari Tabel 5.24 terlihat bahwa harapan wisatawan terhadap pembelian produk cukup besar karena mereka menilai bahwa harapan yang diinginkan belum seluruhnya tercapai mengingat kondisi produk masih cukup memuaskan wisatawan. Hal tersebut akan berbeda penilaiannya apabila berbicara tentang kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas. Wisatawan menilai bahwa harapan terhadap kualitas produk terpenuhi karena mereka berpendapat bahwa produk makanan lokal berbasis singkong ini berkualitas memuaskan.

Penilaian terhadap harapan pelayanan cukup besar karena wisatawan melihat pelayanan yang ada kurang memuaskan dari keramahan pelayan. Namun demikian, masih dapat ditoleransi sehingga penilaian terhadap pelayanan ini masih dapat membantu produk. Berdasarkan data harapan terhadap fasilitas, wisatawan memiliki harapan yang besar. Harapan wisatawan terpenuhi melihat banyaknya fasilitas yang disediakan oleh destinasi wisata dan fasilitas itu bisa dimanfaatkan dengan baik oleh wisatawan.

## **5.5 Nilai Harapan Wisatawan terhadap Produk Makanan Lokal Singkong di Destinasi Wisata Kuliner**

Penilaian harapan wisatawan terhadap produk di destinasi wisata kuliner merupakan penilaian yang dilakukan menurut persepsi wisatawan di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh. Harapan akan sangat besar apabila harapan wisatawan terpenuhi sehingga wisatawan akan merasa sangat puas terhadap produk. Hal tersebut mampu membuat produk bernilai sangat berkualitas. Bagi wisatawan, produk makanan lokal berbasis singkong yang dijual di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh tidak hanya memberikan pengalaman menikmati

otentisitas (khas) produk, akan tetapi juga memberikan referensi yang baik terhadap produk agar pada suatu saat bisa kembali dengan mengajak keluarga dan teman untuk menikmati makanan lokal berbasis singkong.

**Tabel 5.25**

**Harapan Wisatawan terhadap Menu Makanan Lokal Berbasis Singkong di Hotel, Restoran, dan Pusat Penjualan Oleh-Oleh**

<b>Pertanyaan Indikator</b>	<b>Hotel</b>	<b>Restoran</b>	<b>Pusat Oleh-Oleh</b>
Seberapa besar harapan Anda terpenuhi terhadap kualitas produk makanan lokal berbasis singkong.	1,7	3	1,89
Seberapa besar harapan Anda terpenuhi terhadap pelayanan di lokasi yang Anda kunjungi.	2,1	2,5	2,05
Seberapa besar harapan Anda terpenuhi terhadap fasilitas yang tersedia di lokasi yang Anda kunjungi.	1,8	2,5	2

Sumber: Hasil Survei, 2016

Dari data Tabel 5. 25 terlihat bahwa harapan wisatan terhadap menu di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh menunjukkan perbedaan penilaian. Dalam hal menu di hotel harapan wisatawan terhadap kualitas dan fasilitas menunjukkan nilai yang sangat besar, sedangkan terhadap pelayanan menunjukkan nilai puas. Dalam hal ini menu restoran, harapan wisatawan menunjukkan harapan yang besar atas pelayanan dan fasilitas yang ada di lokasi. Nilai kepuasan terhadap kualitas menunjukkan nilai sangat besar. Harapan wisatawan terhadap menu di pusat penjualan oleh-oleh menunjukkan nilai besar di indikator pelayanan dan fasilitas, sedangkan di indikator kualiatas bernilai kepuasan sangat besar. Hal ini disebabkan menu di hotel dan di

restoran berkualitas sangat tinggi dibandingkan dengan menu di pusat penjualan oleh-oleh. Hal tersebut dipengaruhi oleh kondisi kawasan penjualan oleh-oleh tidak banyak menyediakan fasilitas. Suasana dipandang kurang nyaman dan kurang aman. Pelayanan pun kurang baik.

## 5.6 Harapan Wisatawan terhadap Jenis Menu

Harapan wisatawan terhadap jenis menu merupakan harapan wisatawan yang ketiga. Penilaian harapan ini dilakukan untuk memperkuat persepsi terhadap kualitas produk makanan lokal berbasis singkong. Dalam harapan ini wisatawan berpendapat bahwa setiap makanan itu berkualitas. Penilaian berbeda karena harapan wisatawan tidak seluruhnya tercapai atau tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Harapan yang sesuai dengan kenyataan akan menghasilkan penilaian kualitas baik terhadap produk. Begitupun sebaliknya, apabila harapan tidak sesuai dengan kenyataan, akan menimbulkan penilaian kualitas kurang bagus. Penilaian ini agar menumbuhkan kepercayaan wisatawan terhadap produk sehingga mampu memilih produk sesuai dengan kesukaan wisatawan.

Keadaan harapan wisatawan terhadap jenis menu dibedakan menjadi tiga yaitu harapan terhadap menu utama (main course), kudapan basah dan makanan olahan terkemas, keberadaan menu tersebut mampu memberikan tingkat kepuasan terhadap produk dengan kondisi yang berbeda sehingga penilaian ini diperlukan sebagai penguat kondisi tersebut.

Tabel 5.26

### Harapan Wisatawan Terhadap Jenis Menu

Pertanyaan Indikator	Menu Utama	Kudapan Basah	Olahan Terkemas
----------------------	---------------	------------------	--------------------

Seberapa besar harapan anda terpenuhi terhadap kualitas produk makanan lokal berbasis singkong	2,6	1,88	1,66
Seberapa besar harapan anda terpenuhi terhadap pelayanan di lokasi yang anda kunjungi	2,6	1,95	1,66
Seberapa besar harapan anda terpenuhi terhadap fasilitas yang tersedia di lokasi yang anda kunjungi	2,6	1,82	1,66

Sumber: Hasil Survei, 2016

Data hasil lapangan menjelaskan bahwa harapan wisatawan terhadap menu bernilai berbeda. Penilaian terhadap kudapan basah dan pusat penjualan oleh-oleh menunjukkan penilaian sangat besar bahwa harapan wisatawan terpenuhi. Menu utama menunjukkan harapan cukup besar. Hal ini terjadi karena wisatawan menilai bahwa produk kudapan basah dan olahan terkemas berkualitas sangat baik dan semua harapannya terpenuhi. Produk menu utama masih kurang berkualitas sehingga semua harapannya belum terpenuhi.

Bagi wisatawan, harapan terhadap produk membuatnya akan mengonsumsi atau tidak produk makanan lokal ini. Apabila keinginan terpenuhi, besar kemungkinan wisatawan akan kembali untuk mengonsumsinya. Apabila harapan tidak dapat terpenuhi, kemungkinan untuk mengkonsumsinya akan sangat kecil.

## 5.7 Faktor yang memengaruhi Tingkat Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal berbasis singkong merupakan kepuasan yang didasarkan atas performa produk. Jika performa produk sejalan dengan harapan wisatawan,

kepuasan akan meningkat. Faktor - faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan antara lain adalah sebagai berikut.

1. Kemasan produk. Hal pertama yang dilihat wisatawan adalah kemasan produk.
2. Suasana, keamanan dan kebersihan lokasi. Hal ini membuat wisatawan merasa nyaman
3. Otentisitas produk dilihat dari rasa dan higienisitas bahan. Hal ini membuat wisatawan merasa bahwa ada keunikan tersendiri ketika mencicipinya, yaitu rasa khas yang hanya dapat diperoleh pada produk di daerah tersebut.
4. Pelayanan dilihat dari kecepatan dan keramahan pelayan.
5. Kemudahan memperoleh informasi tentang makanan.
6. Banyaknya variasi menu makanan.
7. Banyaknya fasilitas yang disediakan dan bermanfaat bagi wisatawan.
8. Harga. Apabila semua faktor diatas terpenuhi, berapa pun harga produk yang ditetapkan akan dibayar.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**



## 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Makanan lokal berbasis singkong teridentifikasi mempunyai 39 macam jenis variasi.

Bahan pangan lokal tersebut banyak terserap di pariwisata Kabupaten Bantul yaitu 70 persen dari jenis makanan.

2. Bahan pangan lokal berbasis singkong yang dipasarkan di hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh lebih banyak terserap di restoran yaitu 74,45 persen dari bahan baku.

3. Keseluruhan tingkat kepuasan terhadap produk makanan lokal berbasis sigkong menunjukkan bahwa kemasan produk dengan nilai rata-rata 1,75 (puas) merupakan indikator pertama yang memengaruhi kualitas produk sedangkan indikator yang lain mengikutinya.

4. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk makanan lokal di hotel, restoran, dan pusat penjualan oleh-oleh mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda. Kepuasan yang tinggi atau sangat puas didapatkan dari produk makanan yang ada di restoran yaitu dibawah angka 2 disetiap indikator.

5. Tingkat kepuasan terhadap jenis menu terbagi atas tiga menu, yaitu menu utama, kudapan basah, dan makanan olahan terkemas. Kepuasan terhadap menu utama mempunyai tingkat kepuasan yang sangat puas di empat indikator (kemasan, otentisitas, harga, dan variasi) yaitu 1,8. Tingkatan puas ada di tiga indikator

(pelayanan 2, suasana 2,06, dan informasi 2). Kudapan basah mempunyai tingkat kepuasan yang sangat puas di empat indikator (kemasan, otentisitas, pelayanan, dan suasana) dan tingkat puas di tiga indikator (harga, variasi, dan informasi). Makanan kering terkemas mempunyai tingkat kepuasan yang cukup puas di setiap indikatornya (kemasan, otentisitas, pelayanan, suasana, harga, variasi, dan informasi).

6. Harapan wisatawan yang terpenuhi terhadap produk makanan lokal berbasis singkong ada di indikator kualitas dan fasilitas.
7. Faktor pertama yang memengaruhi pembelian produk adalah kemasan sedangkan harga menjadi faktor terakhir untuk pengaruh pembelian produk makanan lokal berbasis singkong.

## 6.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan sebagai bahan pertimbangan adalah sebagai berikut.

- a. Pemerintah
  1. Pemerintah seharusnya mengontrol peredaran makanan lokal berbasis singkong yang ada di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta.
  2. Pemerintah menyosialisasikan kepada masyarakat untuk menggalakkan pangan lokal berbahan singkong.

3. Pemerintah membuat kebijakan terkait penggunaan bahan makanan lokal singkong di seluruh hotel, restoran dan pusat penjualan oleh-oleh yang ada dikawasan Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Pelaku Usaha

1. Pelaku usaha mempertahankan kualitas produk olahan singkong yang sudah baik
2. Pelaku usaha mengembangkan produk olahan singkong secara inovatif dan kreatif

c. Penelitian Selanjutnya,

Penelitian kualitas terhadap produk makanan lokal berbasis singkong ini sangat menarik untuk dilanjutkan seperti kesenjangan sosial masyarakat terhadap konsumsi produk makanan lokal berbahan singkong ini, serta *mapping* potensi bahan pangan lokal singkong dari segi pengolahan dan budi daya bahan pangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta.
- Ariani, Risa Panti, 1994, Studi Kelayakan Seni Kuliner Bali Mengenai Hidangan Tradisional Provinsi Bali, Laporan Penelitian, Singaraja, STKIP.
- Belisle, Jean Francois, 1984, Tourism and Foods Imports: The Case of Jamaica. *Journal of Economic Development and Cultural Change*, Vol. 32, No. 4, pp 819-842, diakses 1 September 2015, dari Press: [http://: www, Jstor, Org](http://www.jstor.org).
- Bassire, Jcinthe, 1998, Local development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attraction in Rural Areas, *Journal of European Society for Rural Sociology*, Volume 38, No. 1, pp 02-15.
- Chiou, Jyh-Shen, 1999, A Contingency Framework Of Satisfaction Formation, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior* , Vol 12, pp 81-89.
- Creswell, Jhon W, 2013, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Damanik, Janianton, 2015, Hibah Penelitian Penguatan Daya Saing Bahan Pangan Lokal (Singkong) dalam Industri Pariwisata, Yogyakarta, Pusat Studi Pariwisata Universitas Gajah Mada.
- Demartoto, Agryo, 2009, *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*, Surakarta, Sebelas Maret University Press.
- Effendi, Sofian, 2014, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, LP3ES.
- Echols, John M, & Shadily, Hasan, 1993, *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta, Gramedia.
- Giese, Joan L, Cote, Joseph A, 2000, Defining Consumer Satisfaction, *Journal of Academy of Marketing Science Review*, Vol 2000 No. 1, pp 01-27, diakses 27 Desember 2015, dari Available: <http://www.amsreview.org>.
- Garvin, David A, 1988, *Managing Quality*, New York, The Free Press.
- Hall, C. Michael, Sharples, Liz, Mitchell, Richard, Macionis, Niki, dan Combourn, Brock, 2003, *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Elsevier Science Butterworth-Heinemann, Burlington.
- Harsana, Minta, 2008, *Wisata Kuliner di Yogyakarta* (Studi Kasus Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk dan Penyajian Makanan di Taman Kuliner Condongcatur dan Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta), *Thesis*, Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana, Program Magister Kajian Pariwisata, Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, 2012, *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Martiningtyas, Anggi, 2015, Strategi Pengelolaan Makanan Lokal sebagai Produk Wisata Kuliner di Kabupaten Gunung Kidul, Tesis, Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana, Program Magister Kajian Pariwisata, Universitas Gadjah Mada.
- Margi, I Ketut, Ariani, Risa Panti, Widiastini, Ni Made, dan Suriani, Ni Made, 2013, Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal di Kabupaten *Buleleng, Bali*, Ejournal Universitas Pendidikan Ganesha, Vol 2 No 2, ISN 2303-2898, diakses 07 Agustus 2017.
- Murtiarin, Diah, 2016, Ujian Proposal. Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Makanan Lokal Berbasis Singkong di Kawasan Wisata Kuliner Daerah Istimewa Yogyakarta, Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Oliver, Ricard L, 2010, *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*, Routledge Taylor and Francis Group, New York.
- Pendit, Nyoman S, 1999, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar*, Jakarta, Pradnya Paramita.
- Plummer, Brenda Gayle, 2008, *Restaurant Citizens to the Barricades*, Journal of American Quarterly, Vol 60, Number 1, pp 23-31.
- Pramudia, Heru, 2013, *Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan Becak Wisata Kota Yogyakarta*, Tesis, Yogyakarta, Sekolah Pascasarjana, Program Magister Kajian Pariwisata, Universitas Gadjah Mada.
- Pride, William M, & Ferrell, O, C, 2012, *Marketing*, United States, South-Western Cengage Learning.
- Saliandri, Yerika Ayu, 2015, Tingkat kepuasan wisatawan pada aktivitas wisata arung jera sungai serayu, Tesis, Yogyakarta, Sekolah Pascasarjana, Program Magister Kajian Pariwisata, Universitas Gadjah Mada
- Sloan, Donald (editor), 2004, *Culinary Taste Consumer Behavior in the International Restaurant Sector*, Oxford, Elsevier Science/Butterworth-Heinemann.
- Sumanohara, Yosaphat Osa, 2015, Analisis Kualitas Layanan Shuttle Bus terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang dengan Metode Kano berdasarkan dimensi service Quality, Tesis, Yogyakarta, Fakultas Teknik, Magister Sistem dan Teknik Transportasi Universitas Gadjah Mada.
- Sugiarto, Endar dan Sulartiningrum, Sri, 1996, *Pengantar Akomodasi dan Restoran*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, 2005, *Service; Quality & Satisfaction*. Yogyakarta, Andi.
- Telo, Boni. 2015, FGD Penguatan Daya Saing Bahan Pangan Lokal (Singkong) dalam Industri Pariwisata, Yogyakarta, Pusat Studi Pariwisata, Universitas Gadjah Mada.
- UNWTO, 2012, *Global Report on Food Tourism Am. Reports: Volume 4*, Madrid

Yoeti, Oka A, 1996, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Jakarta, Pradnya Paramita.

Yvonne R. Lockwood & Lucy M. Long, 2008, Culinary Tourism, *Journal of American Folklore*, Volume 121, pp.362-363. Diakses pada 26 oktober 2016

### Media elektronik

Anymous, 2015. *Ragam Jenis Plokal Indonesia*.<http://beranda.miti.or.id> diakses pada 20 Oktober 2015 at 10.00

BPS dalam Angka, 2012, *Tingkat Penghuni Kamar Hotel Daerah Istimewa Yogyakarta* diakses pada 20 Juli 2015.

BPS dalam Angka, 2013, *Tingkat Penghuni Kamar Hotel Daerah Istimewa Yogyakarta* diakses pada 20 Juli 2015.

BPS dalam Angka, 2014, *Tingkat Penghuni Kamar Hotel Daerah Istimewa Yogyakarta*, diakses pada 20 Juli 2015.

Agus, 2009, Pangan lokal, <https://agoesman120.wordpress.com/2009/06/27/pangan-lokal/> diakses pada 10 Juli 2016 at 09.00

Dppka, 2015, Peta DIY, <http://dppka.jogjapro.go.id/peta-diy.html>, diakses pada 1 Desember 2016 pukul 10.45

Gudeg.net, Restoran Omah Dhuwur, <https://gudeg.net/direktori/1104/restoran-omah-dhuwur-yogyakarta.html>, diakses pada 20 November 2016 pukul 10.00

Listiono, Agus, 2008, Belajar Cita Rasa, Pelita Indonesia, [http://aguslistiyono.blogspot.com/2008\\_01\\_01\\_archive.html](http://aguslistiyono.blogspot.com/2008_01_01_archive.html)

Omahdhuwur.com, 2013, Website, diakses pada 20 November 2016 pukul 10.00

Portal Resmi Pemerintah Yogyakarta, 2007, <http://jogjakota.go.id/about/kondisi-geografis-kota-yogyakarta>, diakses pada 19 November 2016 pukul 09.00

Pemerintah Kabupaten Sleman, 2006, <http://www.slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/topografi>, diakses pada 18 November 2016 pukul 11.00

Peta Kota, 2011, Peta Sahabat Penjelajah Kota, <http://peta-kota.blogspot.co.id/2011/10/kabupaten-bantul.html>, diakses pada 1 Desember 2016 pukul 11.00

Sibuea, Y, 2011, Chapter II Makanan Tinjauan Pustaka, <http://repository.usu.ac.id>, diakses pada 14 Juli 2016 pukul 11.00.

Tribun Jogja, 2016, Berburu Aneka Rasa Tiwul Ke Tiwul Ayu Mbok Sum, <http://jogja.tribunnews.com/2016/04/14/berburu-aneka-rasa-tiwul-ke-tiwul-ayu-mbok-sum>, diakses pada 23 November 2016 pukul 11.06

## Kuesioner

Responden yang terhormat,

Saya Anis Nur Chabibah mahasiswi Magister Kajian Pariwisata UGM sedang melakukan penelitian (Tesis) Mengenai tingkat kepuasan terhadap makanan lokal berbasis singkong di DIY. Mohon kesediaan Bapak/ibu untuk mengisi kuesioner ini. Bapak/Ibu hanya memilih salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu akan saya jamin. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti

---

### IDENTITAS DIRI

Nama :  
AsalKota/Provinsi :  
Umur :  
JenisKelamin :  
Pendidikan :  
Pekerjaan :  
JenisHidangan :  
Lokasi :

**A. Berikan tanda (X) pada jawaban dan isilah alasan bila anda memiliki alasan dari jawabanAnda!**

### Petunjuk:

Berikut ini akan disajikan sejumlah pernyataan tentang berbagai hal yang ada hubungannya dengan kepuasan terhadap makanan lokal berbasis singkong yang dicicipi/dibeli. Pilihlah jawaban **yang paling sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu** dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban sebagai berikut:

SP= Sangat Puas P= Puas

TP= Tidak Puas STP= Sangat Tidak Puas

CP = Cukup Puas

No	Pertanyaan	Keterangan					Alasan
		SP (1)	P (2)	CP (3)	TP (4)	STP (5)	
	<b>Sangat puas atau tidak puaskah anda terhadap produk olahan singkong dalam hal-hal berikut ini?</b>						
1.	Seberapa puas anda terhadap kemasan atau penyajian produk olahan singkong						
2.	Seberapa puas anda terhadap rasa produk olahan singkong						
3.	Apakah anda puas dengan harga yang di tetapkan untuk produk olahan singkong						
4.	Seberapa puas anda terhadap variasi menú produk olahan singkong						
5.	Seberapa puas anda terhadap suasana lokasi						
7.	Seberapa puas anda terhadap higienitas bahan produk olahan singkong						
9.	Seberapa puas anda terhadap kecepatan pelayanan yang ada di lokasi						
10.	Seberapa puas anda terhadap keramahan pelayan yang ada dilokasi						
11.	Seberapa puas anda terhadap keamanan di lokasi						
12.	Seberapa puas anda terhadap kebersihan lokasi hotel, restoran atau tempat oleh-oleh						
13.	Seberapa puas anda terhadap kemudahan mendapatkan dan menjelaskan informasi						

**B. Berikan tanda (X) pada jawaban dan isilah alasan bila anda memiliki alasan dari jawaban Anda!**

**Petunjuk:**

Berikut ini disajikan sejumlah pernyataan tentang berbagai hal yang ada hubungannya dengan harapan terhadap makanan lokal berbasis singkong yang



dicicipi/dibeli. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri

**Bapak/Ibu** dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban sebagai berikut:

SB= Sangat Besar

B= Besar

TB= Tidak Besar

STB= Sangat Tidak Besar

CB= Cukup Besar

No	Pertanyaan						Alasan
		SB	B	CB	TB	ST B	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
<b>Seberapa besar harapan bapak/ibu terhadap makanan lokal berbasis singkong</b>							
<b>1</b>	1. Seberapa besar harapan anda terpenuhi dengan membeli produk makanan lokal berbasis singkong?						
<b>2</b>	2. Seberapa besar harapan anda terpenuhi terhadap kualitas produk makanan lokal berbasis singkong?						
<b>3</b>	3. Seberapa besar harapan anda terpenuhi terhadap pelayanan di lokasi yang anda kunjungi?						
<b>4</b>	4. Seberapa besar harapan anda terpenuhi terhadap fasilitas yang tersedia di lokasi yang anda kunjungi?						

*Trima Kasih*



### Panduan Wawancara

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap makanan lokal berbasis singkong di Daerah Istimewa  
Yogyakarta

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nama Hotel/restoran/Pusat oleh-oleh	
2.	Apakah Hotel/Restoran/Pusat oleh-oleh Menyajikan menu makanan lokal berbasis singkong?	
3.	Apa sajakah jenis olahan makanan lokal berbasis singkong yang ada/ variasi menu?	
4.	Berapa kilo gram bahan pangan lokal singkong diproduksi setiap harinya?	
5.	Kira-kira berapa persen volume bahan lokal singkong dalam sehari?	
6.	Bagaimana cara memperoleh bahan?	
7.	Apakah pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap makanan lokal singkong?	
8.	Faktor apa yang membuat pelanggan mengkonsumsi atau membeli makanan lokal singkong ini?	
9.	Dalam hal apa pelanggan merasa puas?	
10.	Apa hambatan yang selama ini dihadapi hotel/restoran/pusat oleh-oleh?	
11.	Apa alasannya menyediakan Masakan /olahan singkong dalam hotel/restoran/pusat oleh-oleh?	