

**ANALISIS POTENSI DAYA TARIK WISATA KULINER
SUDIRMAN STREET BANDUNG**
*(ANALYSIS OF POTENTIAL CULINARY ATTRACTIONSSUDIRMAN
STREET BANDUNG)*

Rivan Akbar Putra Nurdiansyah ¹

Universitas Padjadjaran
rivan20001@mail.unpad.ac.id

Nadia Karina ²

Universitas Padjadjaran
nadia20002@mail.unpad.ac.id

Harits Muflihussalam ³

Universitas Padjadjaran
harits17001@mail.unpad.ac.id

Taufiq Hidayat ⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
Taufiqhi7912@gmail.com

ABSTRACT

Tourism plays an important role in supporting the economy of a region because it has a link in the economic growth of the region. Bandung city is one of the tourist destinations visited by many local and foreign tourists. As one of the cities that has a lot of tourism potential that can be developed. One of the culinary attractions in Bandung is Jalan Sudirman. The purpose of this study is to analyze the tourist attraction in culinary tourism in Jalan Sudirman. This study uses qualitative research methods based on the results of observation and literature review by describing the attractiveness of culinary tourism in Jalan Sudirman. The results of this study describe the motivation of tourists and culinary attractions in Jalan Sudirman.

Keywords: Culinary tourism, Tourism potential, Culinary attractions, Jalan Sudirman

ABSTRAK

Pariwisata memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian suatu daerah karena memiliki keterkaitan dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Sebagai salah satu kota yang memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan. Salah satu tempat yang menjadi daya tarik wisata kuliner di Kota Bandung adalah Jalan Sudirman. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis daya tarik wisata pada wisata kuliner di Jalan Sudirman. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif berdasarkan hasil observasi dan kajian pustaka dengan mendeskripsikan daya tarik pada wisata kuliner di Jalan Sudirman. Hasil dari penelitian

ini menjabarkan motivasi wisatawan akan terdorong untuk mengkonsumsi makanan sehat dan bergizi melalui *food image* di Sudirman *Street Day & Night Market*.

Kata Kunci : Wisata kuliner, Potensi wisata, Daya tarik wisata, Jalan Sudirman

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memegang peranan vital dalam menunjang perekonomian di suatu daerah karena memiliki keterkaitan pada pertumbuhan ekonomi daerah. Pengembangan sektor pariwisata akan memberikan efek terhadap pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah memberikan efek terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar yang berdekatan dengan objek wisata yang dikembangkan.

Para wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk mendapatkan pengalaman baru di destinasi wisata yang mereka tuju. Salah satu pengalaman yang dicari oleh wisatawan adalah menikmati kuliner atau makanan. Konsep “glokalisasi” dimana suatu usaha mengglobalkan potensi lokal berpengaruh kepada pendekatan di industri pariwisata, khususnya pada daya tarik wisata berbasis kuliner lokal.

Wisata kuliner kini sudah menjadi segmen industri pariwisata yang sedang berkembang dan sering kali dikaitkan dengan berbagai aktivitas budaya di daerah tersebut. Menurut Putra, et.al.,(2014) wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa wisatawan menikmati makanan bukan semata-mata hanya ingin mencicipi rasanya saja, tetapi juga ingin mendapatkan keunikan dan kenangan yang dapat dirasakan setelah mengkonsumsi makanan atau minuman tersebut. Wolf (2004) menyatakan bahwa wisata kuliner bukanlah sesuatu yang mewah dan eksklusif, wisata kuliner lebih menekankan pada pengalaman yang unik dan bukan pada kemewahan penyaji makanan. *International Culinary Tourism Association* (ICTA) menyatakan bahwa wisata kuliner bukanlah hal yang baru, berhubungan dengan agrowisata namun lebih terfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan untuk menikmatinya.

Menyuguhkan kuliner pada wisatawan tidak hanya menghantarkan atau menghadirkan makanan lokal kepada wisatawan, namun sebagai upaya bagaimana menghubungkan makanan dengan budaya lokal dan budaya global. Potensi wisata kuliner tidak hanya upaya memperkenalkan kuliner lokal kepada wisatawan, namun juga memiliki efek multidimensi (Richards, 2012).

Efek multidimensi yang dimaksud yaitu, *pertama* dengan meningkatnya konsumsi wisatawan terhadap kuliner lokal memberikan *multiplier effect* yang dapat meningkatkan ekonomi pada masyarakat sekitar atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Kedua*, dengan wisatawan mengkonsumsi kuliner lokal dengan bahan makanan yang dipasok dari destinasi wisata akan mengurangi emisi karbon atau salah satu upaya dalam meminimalkan dampak lingkungan, karena tidak menggunakan rantai transportasi yang panjang. *Ketiga*, setiap daya tarik wisata akan bersaing dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Menurut Yoeti (2002;5) daya Tarik wisata adalah sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti daya tarik alami, lanskap, pantai, iklim dan keanekaragaman destinasi yang lain, seperti daya tarik budaya, sejarah, cerita rakyat, agama, bahasa, penduduk asli, bangunan dan lainnya.

Kota Bandung merupakan salah satu tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Di Bandung wisatawan dapat menemukan beragam keunikan yang ditawarkan di kota wisata ini seperti keindahan alam, wisata buatan, wisata belanja, wisata kuliner, dsb. Hampir setiap pekan terlebih jika musim liburan panjang, Kota Bandung menjadi salah satu destinasi wisata yang dipadati oleh wisatawan yang pada umumnya berasal dari Jakarta. Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata unggulan pariwisata Provinsi Jawa Barat. Kondisi daya tarik yang dimiliki Kota Bandung sebagai “*fullfactor*” wisatawan mengunjungi Kota Bandung menunjukkan potensi produk pariwisata yang signifikan terhadap pengembangan dan peningkatan struktur perekonomian daerah. Potensi ini juga mampu memacu percepatan pertumbuhan usaha pariwisata (akomodasi, makan dan minum, biro dan agen perjalanan wisata, hiburan dan rekreasi) dan usaha lain yang terkait dengan pariwisata (usaha perdagangan, usaha jasa telekomunikasi dan informasi, usaha jasa transportasi serta usaha sarana umum) yang pada dasarnya ditujukan untuk mencapai pemerataan dan peningkatan kesejahteraan daerah dan masyarakat (Zusnita, 2015).

Saat ini Kota Bandung memiliki berbagai lokasi yang dijadikan sebagai pusat kuliner yang dikemas semenarik mungkin dan dapat memberikan nilai tambah tersendiri jika dibandingkan dengan pesaingnya. Bisnis makanan dan minuman di Kota Bandung memiliki perkembangan yang sangat tinggi. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bermunculan bisnis-bisnis baru yang menawarkan value dan keunikan tersendiri. Kemudian dapat dilihat dari tingkat kesadaran pihak-pihak yang bergerak di bidang kuliner dalam memanfaatkan lokasi-lokasi yang berpotensi dalam penyediaan makanan dan minuman. Dengan begitu, niat konsumen untuk datang kembali terhadap suatu kawasan kuliner akan menurun, karena bertambahnya alternatif pilihan lain yang memiliki keunikan tersendiri.

Salah satu kawasan kuliner yang menjadi atraksi wisata di Kota Bandung adalah Jl. Sudirman. Di Kawasan ini banyak berjejeran *food court modern* dengan bangunan kios warna warni. Di kawasan ini juga banyak memiliki tenant yang menjual berbagai jenis makanan tradisional hingga modern serta didukung oleh tempat yang memiliki daya tarik tersendiri karena tenant-tenant berada ditengah pertokoan pusat kotadan bernuansa *outdoor*.

Berdasarkan hal-hal diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai potensi wisata yang ada di Sudirman *Street Food* untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

Tinjauan Pustaka

Potensi Wisata

Pengembangan obyek wisata harus memenuhi dua hal yaitu penampilan eksotis suatu obyek pariwisata dan pemenuhan kebutuhan manusia sebagai hiburan waktu senggang/leisure. Dengan kata lain pengangkatan suatu potensi wisata bisa

dikatakan berhasil jika penampilannya unik, khas dan menarik dan waktu pelaksanaannya sesuai dengan waktu luang yang dimiliki calon wisatawan. Daya tarik wisata digolongkan menjadi 3, yaitu:

1. Potensi Alam Bentang alam, flora, dan fauna adalah daya tarik wisata yang sangat menarik. Alam menawarkan jenis pariwisata aktif maupun pasif disamping sebagai objek penelitian/studi atau wisawisata (Gunardi, 2010).
2. Potensi Budaya Kekayaan budaya daerah, upacara adat, busana daerah (yang juga menjadi bagian busana nasional), dan kesenian daerah adalah potensi-potensi yang dapat menjadi daya tarik wisata bila dikemas dan disajikan secara profesional tanpa merusak nilai-nilai dan norma-norma budaya aslinya (Budiani, 2018).
3. Potensi Manusia harus ditempatkan sebagai objek sekaligus subjek pariwisata. Manusia dapat menjadi atraksi pariwisata dan menarik kunjungan wisatawan bukan hal yang luar biasa (Heryati, 2019).

Pengembangan pariwisata adalah salah satu cara untuk membuat suatu objek wisata menjadi menarik dan dapat membuat para pengunjung tertarik untuk mengunjunginya. Menurut Kanom (2020) hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata adalah:

Wisatawan (*Tourism*) Karakteristik wisatawan harus diketahui, dari mana mereka datang, usia, hobi, status sosial, mata pencaharian, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan. Kunjungan wisata sendiri dipengaruhi oleh beberapa motif wisata, seperti motif fisik, budaya, interpersonal, dan motif prestise.

Transportasi merupakan salah satu faktor untuk kemudahan bergerak dari satu tempat ketempat yang lain.

Atraksi/Objek wisata Atraksi wisata merupakan daya tarik yang membuat wisatawan datangberkunjung.

Fasilitas pelayanan Fasilitas yang mendukung keberadaan suatu obyek wisata adalah ketersediaan akomodasi (hotel), restoran, prasarana perhubungan, fasilitas telekomunikasi, perbankan, petugas penerangan, dan jaminan keselamatan.

Objek pariwisata harus memiliki tiga kriteria agar objek tersebut diminati pengunjung, yaitu:

1. *Something to see*
2. *Something to do*
3. *Something to buy*

Motivasi Berwisata

Menurut Dann (1981) dalam berwisata, ada 2 faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan, yaitu *Push Factor* (Faktor Pendorong) dan *Pull Factor* (Faktor Penarik). *Push Factor* (Faktor pendorong) adalah dorongan motivasi secara sosio-psikologi yang mendorong seorang individu untuk melakukan perjalanan. Dorongan ini timbul dari dalam diri sendiri. *Pull Factor* (Faktor Penarik) adalah motif dari luar yang menarik seseorang untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata tertentu. Dengan kata lain, adanya sesuatu yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan

kegiatan wisata (dalam Patterson, 2006, p. 28).

Daya Tarik Wisata

Damanik dan Weber (2006;13) menyebutkan bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan 4 hal, yaitu memiliki keunikan, originalitas, otentisitas dan keragaman. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata. Originalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian dengan seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu kepada keaslian, berbeda dengan originalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat keindahan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata.

Cooper (1995;81) mengatakan bahwa, terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenities, dan *ancillary service*.

Sudirman Street Food

Sudirman Day and Night Market Bandung yang terletak di Jalan Jendral Sudirman No.107, Kota Bandung, Jawa Barat. Konsep dari wisata kuliner tersebut adalah *street food*, dimana pengunjung akan menemukan beraneka ragam *food court* yang berjejer dengan berbagai macam aneka ragam kuliner yang ditawarkan disana.



Gambar 1
Sudirman Day and Night Market Bandung

Sumber: Peneliti, 2022

METODOLOGI PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Secara umum terdapat 4 macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik observasi dan dokumentasi dari kajian-kajian literatur terkait permasalahan yang akan diteliti.

Menurut Abdurrahman Fatoni (2011) observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

Menurut Nazir (Dalam Maelani, 2015) studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan diselesaikan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukansintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun oranglain.

Fokus Penelitian / Objek Penelitian

Fokus penelitian kualitatif bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisahkan) sehingga penelitian kualitatif menetapkan penelitiannya berdasarkan keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat (place), pelaku (actor), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis. Pada penelitian ini fokus penelitiannya mengenai kampung pelangi. Dimana penyesuaian diri sebagai aktivitas (activity), pelaku (actor) dan tempat (place) nya, dengan melihat 2 aspek yang terdapat dalam penyesuaian diri yaitu: Penyesuaian pribadi dan Penyesuaian sosial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Potensi Motivasi Wisatawan Kuliner Sudirman *Street Food*.

Dengan citra Kota Bandung sebagai kota wisata kuliner yang sudah terbentuk sejak dulu, maka sangat banyak masyarakat awam membagikan pengalaman kuliner mereka di berbagai artikel-artikel di internet. Hal ini sangat bermanfaat untuk sebagian orang karena dari artikel-artikel tersebut mereka mendapatkan gambaran tentang kuliner di kota Bandung atau dapat dijadikan referensi dalam pemilihan kota tujuan wisata kuliner.

Tabel 1
Demografi Arus Wisatawan Provinsi Jawa Barat

Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
Bogor	13.217	5.293.040	5.306.257
Sukabumi	3.266	82.316	85.582
Bandung	867	6.450.468	6.451.335
Cirebon	1.423	1.354.772	1.356.145
Bekasi	-	-	-
Depok	7.812	1.864.273	1.872.085
Cimahi	339	1.968	2.307
Tasikmalaya	25	302.453	302.478
Banjar	-	50.453	50.453

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

Munculnya berbagai kawasan kuliner yang menjadikan lokasi pinggir jalan sebagai tempat untuk menyediakan berbagai jenis kuliner. Berikut adalah daftar lokasi yang dijadikan sebagai lokasi kuliner malam di Kota Bandung.

Tabel 2
Daftar Lokasi Wisata Kuliner *Street Food* Kota Bandung

No	Lokasi	Sumber
1	Jl. Cikapundung	www.Pikiran-rakyat.com
2	Jl. Cihampelas	www.Infobandung.com
3	Jl. Cibadak	www.Kuliner.Panduanwisata.com
4	Jl. Dipatiukur	www.Pikiran-rakyat.com
5	Jl.Sudirman	www.Kompasiana.com
6	Jl. Braga	Peraturan Daerah No. 15 Tahun 2015
7	Jl. Riau	Peraturan Daerah No. 15 Tahun 2015

Sumber : Pengolahan data 2022

Dari daftar di atas dapat dilihat bahwa kota Bandung ini memang memiliki banyak tempat makan untuk para wisatawan agar bisa berwisata kuliner. Wisatawan biasanya sangat selektif dalam pemilihan tempat makan, baik wisatawan luar Bandung atau wisatawan dari Bandung sendiri pastinya memiliki pertimbangannya masing-masing, entah itu karena harga, tempat, promosi atau lainnya. Dari banyaknya jumlah lokasi yang dijadikan spot-spot jajanan makanan dan minuman Kota Bandung, maka

pilihan konsumen pun sangat bervariasi sehingga perilaku konsumen untuk loyal dan memiliki niat untuk mengunjungi satu spot saja relatif sangat rendah. Hal ini juga terjadi pada kawasan ini yaitu seperti yang disajikan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 3
Ulasan Konsumen Yang Pernah Datang Ke Sudirman StreetDay & Night Market

No	Nama Konsumen	Simpulan Ulasan
1	Paul tea	Banyak pilihan makanan
2	Agustin I	Tempat asik buat makan santai dengan keluarga dan harga yang tidak terlalu mahal
3	Gondo A	Bingung milih karena semua menyanya enak
4	Herman	Kuliner malam hari yang cocok waktu traveling ke Bandung
5	Anna N	Tempat makan sekaligus tempat <i>hangout</i> yang enak buat anak muda ataupun keluarga. Menu makanannya banyak sekali, mulai dari yang halal sampai non halal.
6	Marvel I	Tempatnya bagus dan banyak yang jual makanan yang enak-enak
7	Hengky	Banyak pilihan makanan. Suasana malam lebih nyaman.

Sumber: https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=5bcaWYD7GcL5vASHgI_QAw#q=sudirman+street+bandung&lr=0x2e68e60825773b69:0xf81f8f19cd44e6c1,1,

Dapat dilihat bahwa berbagai komentar positif dari konsumen yang pernah datang ke kawasan ini diberikan. Hal ini tentu dapat mempengaruhi niat konsumen yang belum datang kesana ketika membaca ulasan tersebut. Dan hal ini merupakan keuntungan bagi pihak pengelola dalam meningkatkan niat konsumen untuk datang kembali.

Dari paparan di atas dapat dikatakan bahwa *behavioral intention* untuk konsumen banyak dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya adalah lingkungan, suasana dan kualitas produk. *Behavioral intention* yang positif dapat menimbulkan kesetiaan konsumen dalam menggunakan dan mengkonsumsi suatu jasa, sehingga *behavioral intention* menjadi faktor yang cukup diperhatikan bagi penyedia jasa.

Untuk mewujudkan harapan itu, yaitu mengubah perilaku konsumen yang berdampak pada *Behavioral Intention* yang baik, maka banyak strategi pemasaran yang dapat dijadikan sebagai alternatif dalam memecahkan permasalahan ini, yaitu salah satunya adalah melalui *Food image*.

Dalam pembentukan niat konsumen agar datang kembali adalah dengan selalu menjaga citra dari makanan. Oleh karena itu, suatu industri makanan dan minuman diharapkan mampu untuk selalu menjaga citra dari makanan yang mereka tawarkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Beerli & Martin (2004) dalam Chi, dkk (2013, hlm 100) upaya menjaga citra makanan merupakan faktor yang penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dan berpengaruh terhadap Perilaku konsumen agar

memiliki niat melakukan pembelian ulang. Menurut Chi et al (2013, Hlm 101) wisatawan merasakan bahwa *food image* langsung mempengaruhi kepuasan mereka dengan makanan itu sendiri dan kualitas pengalaman kuliner. Dalam studi mereka, *food image* diukur dari kekhasan dan aksesibilitas pangan, keanekaragaman pangan, dan kualitas makanan dan presentasi. Sementara menurut Yun (2015, Hlm 2521) menyebutkan bahwa didalam membangun image yang baik dibangun oleh *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *food culture* dan *culinary arts of food*.

Manajemen Sudirman Street *Day & Night Market*, mengimplementasikan *food safety* dengan memberlakukan program pengadaan cleaning service untuk menjaga keamanan dan kebersihan makanan agar terhindar dari bakteri. Kemudian kesadaran pedagang dalam menjaga kualitas makanan dengan menggunakan bahan baku yang segar merupakan implementasi dari *food quality*. Mempresentasikan makanan dengan menarik dan memposting di media internet adalah salah satu cara pedagang dalam memperkenalkan menu yang mereka sediakan merupakan implementasi dari *attractiveness of food*. Pedagang menyediakan menu-menu yang mengandung gizi dari daging atau sayur-sayuran merupakan implementasi dari *health benefits of food* yang bertujuan untuk membuat konsumen lebih sehat. Pihak manajemen mengadakan satu meja dan beberapa kursi agar konsumen dapat menikmati makanan secara bersama-sama merupakan implementasi dari *food culture*. Kemudian pedagang juga menyiapkan menu-menu yang metode masaknya bervariasi merupakan implementasi dari *culinary arts of food*.

Melalui penciptaan citra makanan yang positif diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif dalam pemecahan masalah motivasi wisata konsumen terhadap salah satu spot kuliner yaitu Sudirman *Street Day & Night Market*.

Analisis Daya Tarik Wisata Kuliner Sudirman Street Food.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, ditemukan beberapa data komponen yang dimiliki oleh tempat wisata kuliner Sudirman *Street Food*, yang berdasarkan pada teori Cooper (1995:81).

1. Atraksi Wisata

Sebagai salah satu pusat kuliner terbesar di Kota Bandung, Sudirman *Street Day and Night Market* menawarkan atraksi wisata berupa berburu kuliner. Hal itu dikarenakan banyak sekali menu-menu makanan dan minuman yang tersedia. Konsep penyedia kuliner di Sudirman *Street Day and Night Market* adalah pedagang kaki lima yang menjajakan makanan jajanan (*street food*). Makanan jajanan merupakan makanan yang disiapkan oleh penjual dan dijual di kios terbuka, gerobak, truk, atau kios pasar. Makanan jajanan diakui sebagai salah satu faktor yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke kota-kota; wisatawan mencari pengalaman untuk makan bersama penduduk setempat dan menikmati makanan penduduk setempat (Richard, 2002).

Di sepanjang jalan Sudirman *Street Day and Night Market* berjejer puluhan pedagang menawarkan makanan jajanan yang beragam, mulai dari makanan khas Tionghoa hingga makanan lokal khas Kota Bandung. Selain itu, kuliner malam Cibadak tidak hanya menyuguhkan makanan halal, di sepanjang jalan dapat ditemukan banyak makanan non-halal.

Tabel 4

Data Kuliner Sudirman *Street Food* Berdasarkan Kategori Halal Dan Non-Halal

No	Tempat	Kategori
1	Sate Wibisana	Non-Halal
2	El Paso	Non-Halal
3	Pinky Porky	Non-Halal
4	King Crab	Halal
5	Raja Pukis Modern	Halal

Sumber : Tripcanvas Indonesia

Daya tarik selanjutnya yang disuguhkan oleh *Sudirman Street Day and Night Market* ini yaitu desainnya yang memang begitu apik serta berkesan sangat oriental. Sekalipun di tempat ini ada banyak sekali pedagang di jalanan yang memanjang, tapi nyatanya hal itu makin membuat jalanan terkesan indah.

Di tempat ini terdapat tiga area dan sebelumnya hanya dua area saja ketika pertama dibuka. Area gerobak semi permanen dan area kontainer permanen adalah area utama. Untuk lokasinya terpisah oleh area yang ketiga, yang mayoritas menjual menu makanan-makanan halal di sana.

Tidak terdapat pembatas untuk tiga area tersebut, walaupun ada hanya berupa papan nama yang diletakkan di depan toko. Meja makan di tempat tersebut juga telah dilengkapi kursi berjajar rapi dan juga saling berhadapan.

2. Aksesibilitas

Lokasi dari tempat wisata kuliner yang berada di Kota Bandung ini memang relatif strategis, karena itu wisatawan tidak akan kesulitan untuk menemukannya. Alamatnya sendiri berada di Jalan Jenderal Sudirman Karanganyar, Kota Bandung, Jawa Barat, berjarak sekitar 10 menit dari pusat Kota Bandung, dan dapat diakses dengan kendaraan roda empat maupun roda dua.

3. Amenities

Amenities adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Lokasi dari area kuliner *Sudirman Street Day and Night Market* memang cukup strategis karena tempat ini berada di area pusat kota. Ada banyak sekali hal-hal lain yang bisa ditemui di tempat tersebut. Salah satunya yaitu hotel atau tempat penginapan.

Tabel 5

Hotel Dan Penginapan Di Dekat Sudirman *Street Day And Night Market*

No	Hotel	Jarak dari <i>Sudirman Street Day and Night Market</i>
1	Collection O 22 Hotel Pasar Baru Heritage	0,4 kilometer
2	Golden Flower Hotel Bandung	0,4 Kilometer
3.	Hotel Daily Inn Bandung	0,5 Kilometer
4	Arion Swiss-Belhotel Bandung	0,9 Kilometer
5.	Hilton Bandung	0,9 Kilometer
Sumber: https://www.expedia.co.id/Sudirman-Street-Day-And-Night-Market-Hotels.0-1553248633897585312-0.Travel-Guide-Filter-Hotels		

4. Fasilitas Penunjang/*Ancillary service*

Mengenai masalah fasilitas sendiri *Sudirman Street Day and Night Market* memang tidak mempunyai fasilitas yang cukup memadai seperti halnya yang dapat Anda temukan di tempat wisata lain.

Fasilitas yang bisa wisatawan temukan yaitu hanyalah area parkir yang aman, luas dan tiket yang murah. Untuk fasilitas umum seperti mushola, toilet maupun masjid dapat ditemukan di sekitar lokasi, namun tidak berada di area atraksi wisata.

Wisatawan juga perlu membayar biaya parkir yaitu Rp 5.000 untuk kendaraan roda empat. Sedangkan untuk kendaraan roda dua sebesar Rp 2.000.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa, pariwisata di bidang kuliner merupakan salah satu unsur terpenting dalam perkembangan pariwisata di suatu daerah. Daya tarik makanan unik, udara sejuk dan lokasi yang strategis adalah hal penunjang yang dimiliki *Sudirman Day & Night Market* Bandung sehingga terbentuklah sebuah pengalaman bersantap yang berkesan terhadap wisatawan asing maupun lokal.

Keberadaan *Sudirman Street* juga menjadi faktor penting dalam terbentuknya perputaran ekonomi bagi masyarakat sekitar. Utamanya, makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, sehingga dengan adanya daya tarik pengalaman kuliner yang menarik, orang-orang akan cenderung untuk menikmati momen bersantap dan menghabiskan waktu ke lokasi wisata yang dituju serta wisata kuliner menjadi sebuah destinasi yang sudah lazim dijumpai.

Minimnya penjelasan mengenai proses dan bahan masakan yang ada di *Sudirman Street* menjadi tanda tanya besar bagi wisatawan yang masih merasa asing

dengan wisata kuliner di sana. Dengan menimbang bahwa penduduk di sekitarnya merupakan mayoritas muslim, pemberian label yang jelas dan mudah dikenali di tiap *outlet* mengenai bahan baku, keterbukaan soal proses mengolah makanan dan halal atau tidaknya produk tersebut untuk dikonsumsi akan sangat membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiani, S., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H., Mulandari, H., Iskandar, H., Alphabettika, M., Maharani, N., Febriani, R., & Kusmiati, Y. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170-
doi:<https://doi.org/10.22146/mgi.32330>
- Chi, F., Wu, R., Zeng, Y. C., Xing, R., Liu, Y., & Xu, Z. G. (2013). Post-diagnosis soy food intake and breast cancer survival: a meta-analysis of cohort studies. *Asian Pacific journal of cancer prevention: APJCP*, 14(4), 2407–2412. <https://doi.org/10.7314/apjcp.2013.14.4.2407>
- Cooper, Fketcher, J., dkk. (1995). *Tourism, Principles and Practice*. London: Logman.
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- G. Gunardi. (2010). Identifikasi Potensi Kawasan Wisata Kali Pasir, Kota Tangerang, Planesa, Vol. 1, No. 1, pp. 28–35, 2010.
- Heryati, Y (2019) Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Growth Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1, No. 1, pp. 56–74.
- Kanom, K., Darmawan, R. N., & Nurhalimah, N. (2020). Sosialisasi Penerapan Sapta Pesona Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Lider Desa Sumberarum Kecamatan Songgon Kabupaten Banyuwangi. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 24-32.
- Mitussis, D., O'Malley, L., & Patterson, M. (2006). Mapping the re-engagement of CRM with relationship marketing. *European journal of Marketing*.
- Oka, Yoeti. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: PT. Pradaya Pramita
- Putra, P., & Sunarta, I. (2019). Identifikasi Komponen Daya Tarik Wisata Dan Pengelolaan Pantai Labuan Sait, Desa Adat Pecatu, Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 292 - 298. doi: 10.24843/JDEPAR.2018.v06.i02.p13
- Wolf, A. J. (2004). *Spiritual Leadership: A New Model*. *Healthcare Executive*, 19, hal. 22.