

Potensi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Bolu Meranti untuk Pengembangan Pariwisata di Kota Medan

Angelia Putriana¹, Jayanti Pratiwi Sitepu²

^{1,2}Universitas Imelda Medan dan Bilal Ujung No.24, RW.52, Pulo Brayan Darat I, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20239¹
e-mail: ¹angel93putriana@gmail.com, ²jyantipratiwi92@gmail.com

ABSTRAK

Potensi adalah suatu kemampuan, kesanggupan, kekuatan ataupun daya yang mempunyai kemungkinan untuk bisa dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih besar. Potensi harus diterapkan dalam setiap usaha (bisnis) apapun itu. Dalam dunia kuliner tentunya juga memiliki potensi. Dapat dilihat dari kuliner bolu gulung Meranti, dimulai oleh seorang ibu rumah tangga biasa yang memiliki hobi membuat kue sehingga disukai keluarganya bahkan para tetangganya, dan akhirnya dijadikan usaha kecil-kecilan yang dibanjiri pesanan para tetangganya. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara kepada pemilik toko dan pelanggan. Hasil dari penelitian ini pada akhirnya bolu gulung Meranti berkembang pesat bahkan menjadi salah satu makanan oleh-oleh khas kota Medan. Daya tarik produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menekankan pada karakteristik pada munculnya kategori produk yang akan mengakibatkan evaluasi pelanggan potensial pada kategori. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan bilamana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian. Potensi dan daya tarik bolu gulung meranti sudah ada dan sudah sangat baik karena pengelola mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan bolu meranti sampai saat ini dan bisa mempertahankan usaha tersebut bahkan bisa membuka beberapa cabang sampai saat ini oleh sebab itu bolu meranti sering menjadi buah tangan.

Kata kunci : Potensi Daya Tarik, Wisata Kuliner, Pengembangan Pariwisata

ABSTRACT

Potential must be applied in any business (business). In the culinary world of course also has potential. It can be seen from Meranti's fried sponge cake, started by an ordinary housewife who has a hobby of making cakes so that her family and even her neighbors like it, and eventually turned into a small business which was flooded with orders from her neighbors. This study uses a qualitative descriptive research methodology by conducting interviews with shop owners and customers. The results of this research in the end Meranti sponge rolls developed rapidly and even became one of the typical souvenirs of the city of Medan. Product attractiveness is everything that a trader/seller can offer to be noticed, requested, sought, purchased, consumed by the market as a fulfillment of the needs or desires of the relevant market. Emphasizes the characteristics of the emerging product category that will lead to the evaluation of potential customers in the category. If the characteristics become more attractive to all customers, the more attractive the product category is to them, increasing the likelihood that customers will adopt the update and make a purchase. The potential and attractiveness of Meranti Sponge Rolls already exists and has been very good because the manager maintains the product quality and service quality of Meranti Sponges to date and can maintain this business and can even open several branches to date, therefore Meranti Sponges are often a souvenir.

Keywords : Potential Attraction, Culinary Tourism, Tourism Development

A. PENDAHULUAN

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat dan memiliki potensi yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang mendapatkan untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar, karena strategi pemasaran, kualitas makanan dan kualitas pelayanan kurang optimal menyebabkan daya tarik produk dari usaha tersebut menurun, artinya keberhasilan sebuah usaha di pengaruhi oleh Faktor Modal, Pasar, Perencanaan, Manajemen, Persaingan, dan SDM (leukeun.com) salah satunya faktor produk, khususnya kualitas produk yang dijual sesuai yang di inginkan konsumen

Bolu produksi rumahan asal kota Medan ini memang sudah menjadi pembicaraan di kalangan masyarakat medankarena rasanya yang enak.

Reputasi Merati yang baik membutuhkan pengorbanan yang besar untuk memperoleh bolu tersebut dengan cara mengantri yang cukup panjang. Bolu Gulung Meranti berbeda dengan bolu gulung lainnya karena tekstur bolu gulung meranti lebih lembut dibandingkan dengan bolu gulung lainnya dan variasi rasa pada bolu gulung meranti memiliki 7 rasa dibandingkan bolu gulung yang lain hanya memiliki 4 rasa. Hal tersebut yang membuat peneliti ingin meneliti tentang bolu gulung meranti.

Persaingan dalam berbisnis tentu saja ada, apalagi resiko dalam berbisnis khususnya dunia kuliner yaitu jadi korban tren pasar, salah menentukan harga, dan lokasi yang ternyata tak strategis (Elshinta.com dan Syahid, 2018).

Daya tarik produk dibentuk oleh delapan pernyataan seperti harga produk, kelebihan produk, reputasi perusahaan, ketersediaan produk pendukung, aksesori dan jasa, baik buruknya review mengenai produk, kompleksitas produk, keuntungan relatif dan level standarisasi (Mason, 1999:223).

Mason (1999:223), menekankan pada karakteristik pada munculnya kategori produk yang akan mengakibatkan evaluasi pelanggan potensial pada kategori. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan bilamana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian. Potensi adalah suatu kemampuan, kesanggupan, kekuatan ataupun daya yang mempunyai kemungkinan untuk bisa dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih besar (Majdi: 20007). Wisata kuliner yang berasal dari istilah Food Tourism, yaitu kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu bahan makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi-lokasi khusus yang khusus diadakan untuk mencoba rasa dari makanan atau minuman khas dari suatu daerah. Menurut Ardika (dalam Putra, et.al., 2011:21) wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Pengembangan sektor pariwisata tidak dapat berkembang baik apabila tidak didukung oleh tersedianya unsur-unsur pariwisata, salah satunya fasilitas sarana prasarana yang memadai, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Pengaruh yang kuat dari usaha nyata dan sistematis terhadap perkembangan sektor pariwisata dapat dilihat dari perkembangan dan pertumbuhan akan fasilitas dan sarana dan prasarana sektor pariwisata tersebut (Putri Puspita Sari: 2015).

B. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi nonpartisipan, Observasi nonpartisipan adalah “observasi yang peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen” (Sugiyono, 2016). Maka penulis melakukan penelitian tidak terlibat secara langsung dengan kegiatan yang berada di Toko Bolu Meranti Medan.
2. Wawancara, wawancara adalah “proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara)” (Nazir, 2016). Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara atau mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada konsumen Bolu Meranti.
3. Dokumentasi yaitu “metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku, internet, atau dokumen

lain yang menunjang penelitian dilakukan” (Sugiyono, 2016).

4. Studi kepustakaan, studi kepustakaan adalah “untuk menelusuri literatur dan studi (penelitian) terdahulu. Peneliti perlu menggali teori-teori yang telah berkembang dalam bidang ilmu yang ditelitinya” (Harmon et al., 2016).
5. Metode pengambilan sample, penulis menggunakan metode Random Sampling yaitu salah satu teknik pengambilan sampel dengan metode acak sederhana, ini juga biasa digunakan untuk mewakili kelompok. Random sampling ini menggunakan tehnik pengambilan sampel dari suatu populasi yang berdasarkan pada setiap elemen populasi yang ada. (Husnul, 2021)

Metode Analisis Data

Analisis data adalah “Kegiatan setelah seluruh data terkumpul” (Sugiyono, 2016). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, analisis kualitatif untuk pengolahan data yang diperoleh di lapangan melalui pengamatan di lapangan, semua informasi yang dikumpulkan dipelajari sehingga menjadi suatu kesatuan yang utuh. Penelitian deskriptif kualitatif adalah “Analisa yang berusaha memberikan gambaran yang jelas dan terperinci berdasarkan kenyataan yang ditemukan di lapangan melalui hasil wawancara kemudian ditarik suatu kesimpulan” (Sugiyono, 2016). Penelitian dilaksanakan dengan cara Observasi terhadap konsumen khususnya wisatawan Bolu Meranti Medan. Dari keterangan yang didapat oleh peneliti berupa tanggapan dan hasil pengamatan informan terhadap fokus penelitian. Kemudian data-data yang didapat diuraikan dalam kalimat-kalimat yang menjelaskan (Potensi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Bolu Meranti untuk Pengembangan Pariwisata di Kota Medan).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi yang pengelola tonjolkan yaitu bolu gulung nya dengan menambahkan beberapa varian rasa yang sedang disukai dikalangan masyarakat dan mempertahankan kualitas dari rasa, tekture dan aroma yang sejak dulu sampai saat ini, jadi bolu gulung kami memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan bolu gulung lainnya, menurut konsumen potensi yang dinyatakan oleh konsumen adalah potensi utama wisata kuliner bolu meranti adalah dari tekture dan rasa sejak dulu sampai saat ini yang tidak berubah dan varian rasa yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan kuliner pastry khususnya bolu saat ini. Potensinya bolu meranti yang baik dalam mempertahankan kualitas produknya ini dapat membuat orang yang membelinya akan merekomendasikannya kepada orang lain baik teman kerabat maupun orang yang baru dikenal.

Sedangkan daya tarik menurut pengelola yang bolu gulung meranti tunjukan ialah mempertahankan

teksture lembut, menambah varian rasa dan membuat kemasan yang lebih menarik yang membuat banyak orang yang penasaran untuk mencoba bolu kami baik dari konsumen local maupun wisatawan domestic, namun akhir – akhir ini konsumen banyak juga memesan lapis legit dari kami, menurut konsumen daya tarik dari wisata kuliner bolu gulung meranti itu sendiri adalah selain sudah berdiri sejak lama dan cukup legend di kota medan dan sering dijadikan oleh – oleh khas kota medan yang paling terkenal, yang mengakibatkan rasa penasaran pada orang orang yang belum maupun yang sudah merasakannya. Daya tarik yang membuat konsumen menyukai bolu meranti dan membuat orang lain penasaran adalah kualitas produk dan pelayanannya maka dari itu sering di jadikan oleh – oleh ketika berpergian keluar medan dan wisatawan domestic yang datang banyak menyukainya.

Triangulasi Data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*) tetapi dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Setiap percakapan antara peneliti dengan informan yang menjadi sumber dalam

E. SIMPULAN

Kesimpulan dapat ditulis dalam bentuk paragraf. Berdasarkan hasil penelitian mengenai potensi dan daya tarik wisata kuliner bolu meranti untuk pengembangan pariwisata di kota Medan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Potensi yang pengelola tonjolan yaitu bolu gulung nya dengan menambahkan beberapa varian rasa yang sedang disukai dikalangan masyarakat dan mempertahankan kualitas dari rasa, teksture dan aroma yang sejak dulu sampai saat ini, jadi bolu gulung kami memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan bolu gulung lainnya, menurut konsumen potensi yang dinyatakan oleh konsumen adalah potensi utama wisata kuliner bolu meranti adalah dari teksture dan rasa sejak dulu sampai saat ini yang tidak berubah dan varian rasa yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan kuliner pastry khususnya bolu saat ini. Potensinya bolu meranti yang baik dalam mempertahankan kualitas produknya ini dapat membuat orang yang membelinya akan merekomendasikannya kepada orang lain baik teman kerabat maupun orang yang baru dikenal.
2. Daya tarik menurut pengelola yang bolu gulung meranti tunjukan ialah mempertahankan teksture lembut, menambah varian rasa dan membuat kemasan yang lebih menarik yang membuat banyak orang yang penasaran untuk mencoba bolu kami baik dari konsumen local maupun wisatawan

penelitian ini adalah benar daripotensi dan daya tarik wisata kuliner bolu meranti untuk pengembangan pariwisata di kota medan. Faktor potensi wisata kuliner bolu meranti untuk pengembangan pariwisata di kota medan dapat dilihat dari ciri khas bolu gulung meranti yang sudah ada di benak wisata domestic dikarenakan setiap kali orang medan pergi keluar kota bolu meranti menjadi salah satu buah tangan yang sering di bawakan, begitu juga sebaliknya wisatawan domestic datang ke medan akan membawa bolu meranti sebagai buah tangannya. Faktor daya Tarik wisata kuliner bolu meranti untuk pengembangan pariwisata di kota medan dapat dilihat dari lama berdirinya bolu meranti yang sudah mendapat gelar legend di masyakat lokak maupun wisatawan domestic, selain itu kualitas rasa dan pelayan yang tidak berubah dari waktu ke waktu. Ketiga informan menyadari bahwa potensi dan daya Tarik bolu gulung meranti sudah menjadi ciri khas kota medan. Hasil wawancara peneliti pada ketiga informan dilakukan berdasarkan data di lapangan yang bertujuan untuk mengetahui potensi dan daya tarik wisata kuliner untuk pengembangan pariwisata di kota medan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari ketiga informan memberikan keterangan yang benar dan informasi yang diberikan informan tentu ad iunsur subjektifitas dari mereka selama merasakan kualitas dan kuantitas dari bolu gulung meranti.

domestic, namun akhir – akhir ini konsumen banyak juga memesan lapis legit dari kami, menurut konsumen daya tarik dari wisata kuliner bolu gulung meranti itu sendiri adalah selain sudah berdiri sejak lama dan cukup legend di kota medan dan sering dijadikan oleh – oleh khas kota medan yang paling terkenal, yang mengakibatkan rasa penasaran pada orang orang yang belum maupun yang sudah merasakannya. Daya tarik yang membuat konsumen menyukai bolu meranti dan membuat orang lain penasaran adalah kualitas produk dan pelayanannya maka dari itu sering di jadikan oleh – oleh ketika berpergian keluar medan dan wisatawan domestic yang datang banyak menyukainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, T dan F. Tjiptono. 1997. Pemasaran International. Yogyakarta : BPFE
- Gani, I., & Amalia, S. (2018). *Alat Analisis Data*.
- Harmon, M., Skow, B., Simonson, P., Peck, J., Craig, R. T., Jackson, J. P., Simonson, P., Peck, J., Craig, R. T., Jackson, J. P., Pointon, D., Sugiyono, A., Thiel, C., Priyono, Sugiyono, S., Bentley, J. L., Van Fraassen, B. C., Creswell, John W. Edition, T., Hirschberg, W., ... McCrae, R. R. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Philosophy of Science* (Vol. 4, Issue 4). <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/195288>

- 54%0Ahttp://libproxy.unm.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=51827937&site=eds-live&scope=site%5Cnhttp://content.ebscohost.com/libproxy.unm.edu/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=51
- Kotler, Philip.1996. Manajemen Pemasaran “Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol . Jakarta : PT. Perhallindo
- Murthado, Taufik, 2002. Bolu Gulung. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mowen dan Minor. 1998. Consumer Behavior. 5th Edition, New Jersey
- Powell, Bob, 2000. A Dynamic Analysis Of Growth, Transportation, & Home Price, Research Paper, Scuba@iex.net
- Sihombing, H,D, 2007, Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Daya Tarik Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Penjual Buah dan Mainan Lopait Tuntang Kabupaten Semarang. STIE AMA Salatiga.
- Sugiyono. 2000. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan pertama. CV. Alfa Beta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 1995. Manajemen Jasa. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian iPendidikan* (22nd ied.). Alfabeta.