

Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung

Didin Syarifuddin, Chairil M. Noor, Acep Rohendi

STP ARS Internasional, didinaras@yahoo.com

Abstrak

Perkembangan industri pariwisata dapat memberikan peluang bagi produk-produk wisata termasuk kuliner di Kota Bandung. Tingginya perkembangan industri pariwisata, memberikan peluang yang sangat besar bagi masyarakatnya, untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan wisata kuliner, yang saat ini masih sangat terbatas, jumlahnya. Tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan makanan tradisional sebagai kuliner lokal dengan jenis Surabi Mila sebagai daya tarik wisata Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori dari Damanik dan Weber (2006:13), yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata dapat dibangun melalui keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Hasil tulisan ini menjelaskan bahwa makanan tradisional kuliner lokal Surabi Mila, merupakan jenis makanan tradisional yang berdaya tarik wisata. Daya tarik wisata pada Surabi Mila adalah karena surabi ini memiliki **keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman**. Keunikan dapat dilihat dari adanya kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada surabi Mila, yaitu jarang terjadi surabi di Kota Bandung yang memiliki 20 jenis rasa dengan topping yang bervariasi, yang juga menggambarkan keragamannya. Originalitas surabi Mila tergambar dari keaslian bahan tepung beras dengan tetap mempertahankan varian asli seperti topping oncom dengan proses pembakaran menggunakan tungku dan cetakan dari tanah liat, juga menggambarkan otentisitasnya.

Kata Kunci: makanan tradisional, kuliner, keunikan, originalitas, otentisitas, keragaman

Abstract

The development of the tourism industry can provide opportunities for tourism products including culinary in the city of Bandung. The high development of the tourism industry, providing an enormous opportunity for the people, to participate in the development of culinary tourism, which is currently still very limited, the amount. his paper aims to explain traditional food as a local culinary type of Surabi Mila as a tourist attraction of Bandung. The research method used is descriptive qualitative, using the theory of Damanik and Weber (2006:13), which explains that tourist attraction can be built through uniqueness, originality, authenticity, and diversity. Data collection was done by observation and interview. The results of this paper explain that the traditional food of local culinary Surabi Mila, is a kind of traditional food tourist attraction. The tourist attraction at Surabi Mila is because this Surabi has uniqueness, originality, authenticity, and diversity. Uniqueness can be seen from the combination of scarcity and uniqueness attached to surabi Mila, which is rarely a Surabi in the city of Bandung which has 20 types of flavors with a variety of toppings, which also

describes the diversity. Originality Surabi Mila depicted from the authenticity of rice flour by maintaining the original variants such as toppings oncom combustion process using furnaces and molds of clay, also illustrates the authenticity.

Keywords : *traditional foods, culinary, uniqueness, originality, authenticity, variety.*

Pendahuluan

Latar belakang dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini adalah masih rendahnya motivasi, minat serta mental berwirausaha di kalangan para peserta pelatihan. Hal lain yang juga menjadi latar belakang ini adalah bahwa para peserta pelatihan belum memahami tentang pentingnya kearifan lokal khususnya pada kuliner lokal, yang menjadi bagian pembangunan wisata kota. Atas dasar alasan tersebut, maka dianggap penting untuk dilaksanakan pengabdian masyarakat yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk tumbuh dan berkembangnya motivasi, minat dan mental berwirausaha, serta adanya peningkatan kemampuan dalam bidang usaha Surabi Mila, terhadap para peserta pelatihan. Dan diharapkan pula akan menjadi pendorong untuk tumbuhnya kemauan dan motivasi bagi masyarakat sekitar tempat pengabdian masyarakat, yang juga sebagai tujuan dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini. Pada aspek lain yang menjadi tujuan penulisan ini adalah menggambarkan bagaimana kegiatan kuliner lokal Surabi Mila sebagai daya tarik wisata di Kota Bandung.

Hal lain adalah bahwa konsumsi merupakan gaya hidup, termasuk konsumsi terhadap makanan (Marketing Outlook, Tahun 2017). Konsumsi terhadap makanan, "saat ini", telah menjadi bagian dari proses penciptaan pengalaman baru yang menarik dalam kehidupan hampir bagi sebagian besar umat manusia. Melalui makanan, manusia bisa mengurangi rasa *stress* (kalaupun untuk sementara), disamping dapat memenuhi fungsinya sebagai penghilang rasa lapar. Berbicara makanan, tidak akan terlepas dari *travelling*, yang saat ini, tidak lagi berbiaya tinggi. Tingginya konsumsi masyarakat terhadap barang, sebagai gambaran tingginya minat masyarakat dalam upaya untuk mendapatkan *fun* dari makanan atau *fun of food*. Baik *fun* maupun *food*, keduanya merupakan dimensi pendukung kegiatan pariwisata, sehingga dapat dikatakan bahwa tingginya konsumsi masyarakat terhadap barang, sebagai gambaran tengah bertumbuhnya industri pariwisata, disamping ditunjang oleh adanya pergeseran pemaknaan masyarakat terhadap 'makna liburan', bahwa liburan menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini (*marketing outlook*, tahun 2017).

Fenomena bertambahnya kebutuhan pokok masyarakat, dengan menambahkan liburan sebagai kebutuhan pokok tambahan; pesatnya perkembangan industri pariwisata; murahnya biaya liburan sehingga terjangkau oleh semua daya beli lapisan masyarakat; tingginya tuntutan masyarakat untuk mendapatkan pengalaman baru dari gaya hidup konsumtif; telah menjadi fenomena masyarakat di hampir setiap kota besar. Kondisi ini pun tengah marak terjadi di Jawa Barat, termasuk di Kota Bandung, yang menyiratkan pesan, bahwa Bandung pun tidak ketinggalan, dari Kota Besar lainnya, untuk beradaptasi terhadap perkembangan gaya hidup, masyarakat urban.

Jawa Barat merupakan kumpulan berbagai jenis alam yang sangat indah dengan daya tarik budaya yang mempesona. Keanekaragaman budaya yang ada ditunjukkan melalui keanekaragaman buah karyanya baik yang berupa nilai, norma adat, maupun yang berupa karya seni (Syarifuddin, D, p10:2017). Gambaran tersebut, juga merupakan gambaran Kota Bandung yang dikenal sebagai kota dengan sejuta sajian kuliner yang menarik seperti kuliner tradisional, moderen dan percampuran antara keduanya. Beberapa jenis produk kuliner Bandung merupakan makanan yang biasanya digunakan sebagai makanan pokok dan jajanan. Salah satunya jajanan tradisional khas Bandung yang digemari adalah surabi. Jajanan ini berbahan dasar tepung beras dan santan yang dibakar di atas kayu bakar dengan menggunakan alat tradisional tungku dan cetakan khusus dari tanah liat. Surabi pada umumnya ada tiga jenis, yaitu dinikmati dengan rasa manis dengan menggunakan cairan gula merah atau kinca; dinikmati dengan rasa pedas menggunakan oncom; dan bisa juga dinikmati dengan rasa asin yang dicampur dengan telur.

Begitu banyak penjual surabi di seluruh pelosok Bandung membuat para produsen surabi terus mengembangkan kreativitas dalam pembuatannya, termasuk yang dilakukan oleh Surabi Mila yang berlokasi di Desa Cinunuk, Bandung. Surabi Mila mengolah surabi yang bisa disantap dalam berbagai macam olahan rasa, dari penyajian surabi tradisional hingga surabi dengan topping moderen, yang juga menjadi salah satu ikon makanan kreatif di Kota Bandung.

Kota Bandung berjumlah penduduk 2.490.622 orang pada Tahun 2016 (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2016), Bandung menjadi salah satu Kota yang paling padat di Indonesia. Pada sisi lain, tingkat kunjungan wisatawan ke Kota Bandung, untuk wisatawan Mancanegara sebanyak 173.036 orang dan wisatawan Domestik sebanyak 4.827.589 orang, totalnya 5.000.625 orang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Tahun 2016). Jumlah wisatawan ini, jauh melebihi jumlah penduduknya, hampir dua kali lipat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung.

Sementara kesiapan masyarakat Kota Bandung dalam memberikan pelayanan, pada aspek makanan dan minuman, yang menjadi salah satu tujuan wisatawan, baru tercapai dengan jumlah restoran tersedia sebanyak 396, rumah makan sebanyak 372, Cafe tersedia dengan jumlah 14 dan Bar hanya ada 13 buah (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Tahun 2016). Jumlah sarana penyedia makanan dan minuman ini, sangat tidak sebanding dengan jumlah wisatawan yang berkunjung. Ini memberikan peluang bagi masyarakat Kota Bandung yang lain, untuk membuka usaha baru khususnya pada jenis usaha kuliner. Terdapat banyak jenis usaha yang membuka usaha kuliner di Kota Bandung, sebagai usaha makanan lokal, salah satunya adalah surabi.

Penjelasan di atas menuntut industri pariwisata perlu dikembangkan karena merupakan sektor penting dalam pembangunan ekonomi masyarakatnya. Sebagai industri, pariwisata dapat mendorong perkembangan di beberapa sektor perekonomian nasional misalnya (1) peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya prasarana dan sarana demi pengembangan pariwisata; (2) meningkatkan industri-industri baru yang erat kaitannya dengan pariwisata

misalnya transportasi dan akomodasi; (3) meningkatkan hasil pertanian dan peternakan untuk kebutuhan hotel dan restoran, sebagai akibat semakin banyak orang melakukan perjalanan wisata; (4) memperluas barang-barang lokal untuk lebih dikenal oleh dunia internasional termasuk makanan dan minuman 5) membantu membangun daerah-daerah terpencil yang selama ini tidak tersentuh pembangunan (Yoeti, 2002:36). Bandung telah dan tengah mengembangkan potensi pariwisatanya sebagai daya tarik, termasuk daya tarik wisata kuliner.

Kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang mengedepankan makanan lokal, yang memiliki peran penting dan akan menjadi pengalaman baru bagi wisatawan. Pengalaman baru dapat diperoleh wisatawan berupa keunikan cita rasa, penggunaan bumbu tradisional, cara pengolahan serta kemasan yang bersifat tradisional. Penyediaan fasilitas makanan dan minuman tentu saja tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari produk wisata. Dengan alasan bahwa keinginan untuk memberi kepuasan bagi wisatawan, membuat para pengusaha yang bergerak dalam penyediaan makanan dan minuman melakukan berbagai usaha untuk menyediakan berbagai hidangan yang sesuai dengan "taste" wisatawan yang datang dari berbagai negara. Dengan gencarnya usaha untuk memperkenalkan makanan dan minuman tradisional membuat wisatawan mancanegara mulai menyesuaikan dan menyukai makanan dan minuman khas dari tempat wisata yang mereka kunjungi (Prasiasa, 2013:6).

Kajian Pustaka

1. Makanan Tradisional

Makanan merupakan sebuah tradisi, karena pada awalnya makanan memiliki peran pada berbagai ritual maupun upacara adat dan secara turun temurun yang dalam mengolah makanan diturunkan dari generasi ke generasi secara terus menerus. Makanan bukan hanya sekadar untuk dikonsumsi, tetapi menjadi media dalam menjalin hubungan antara manusia dengan Tuhan atau roh leluhur, sesama manusia, dan dengan alam. Makanan juga bisa dilihat sebagai bentuk dari percampuran lebih dari satu budaya. Selanjutnya makanan tradisional adalah makanan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu, dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat tersebut. Dalam pembuatan makanan tradisional peranan budaya sangat penting, yaitu berupa bentuk keterampilan, kreativitas, sentuhan seni, tradisi dan selera. Makin tinggi budaya suatu komunitas, makin luas variasi bentuk makanan dan makin kompleks cara pembuatannya serta makin rumit cara penyajiannya. Menurut Soekarto (1990) daya tarik makanan seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur memegang peranan penting dalam menilai makanan siap hidang.

Makanan tradisional yang terdapat di Kota Bandung adalah makanan asli Kota Bandung. Dari berbagai daerah muncul bermacam-macam makanan dengan berbagai variasi adalah kekayaan yang cukup besar yang dimiliki oleh Kota Bandung. Dengan semakin berkembangnya makanan tradisional, diharapkan dapat memberikan kesempatan kepada makanan lokal untuk bisa bersaing di era pasar bebas, termasuk untuk mendukung Kota Bandung sebagai salah satu daerah tujuan wisata berkelas dunia. Kota Bandung sebagai daerah tujuan wisata memiliki berbagai ragam makanan tradisional. Keberagaman makanan tradisional sangat

mendukung perwujudan makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan makanan tradisional adalah semua jenis makanan dan jajanan tradisional yang menggunakan bahan baku lokal, pengemasan dan penyajian dengan bahan lokal, diproduksi oleh masyarakat lokal, sebagai industri rumah tangga, dan mencerminkan identitas masyarakat lokal setempat, salah satunya adalah Surabi Mila.

2. Wisata Kuliner

Menurut Putra,et.al., (2014) wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain bahwa wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut. Saat ini wisata kuliner adalah sebuah segmen industri pariwisata yang sedang berkembang dan seringkali dikaitkan dengan berbagai aktivitas budaya. Dari penjelasan tersebut dapat disampaikan bahwa seni kuliner merupakan suatu seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman serta berbagai hal yang berhubungan dengan makanan dan minuman tersebut, mulai dari persiapan, pengolahan, penyajian dan penyimpanannya. Seni kuliner Kota Bandung adalah suatu seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman yang memiliki ciri yang khas spesifik dari hidangan tradisional di seluruh pelosok Kota Bandung.

Dari seni kuliner berkembanglah istilah yang sangat marak dewasa ini yaitu wisata kuliner. Wolf (2004) menyatakan bahwa: "Wisata kuliner bukanlah sesuatu yang mewah eksklusif. Wisata kuliner menekankan pada pengalaman gastronomi yang unik dan menegaskan, bukan pada kemewahan restoran maupun kelengkapan jenis makanan maupun minuman yang tersedia".

International Culinary Tourism Association (ICTA) menyatakan wisata kuliner bukan hal yang baru, berhubungan dengan agrowisata namun lebih terfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan untuk menikmatinya. Wisata kuliner dapat memajukan pengalaman gastronomi yang khusus dan mengesankan. Jika ditengok ke belakang, wisata kuliner adalah suatu wadah yang penting untuk membantu perkembangan ekonomi dan pembangunan masyarakat dan dapat mengembangkan pemahaman antarbudaya. Wisata kuliner dapat ditemukan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan.

3. Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti (2002:5) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti daya tarik alami, lanskap, pantai, iklim, dan keragaman destinasi yang lain, daya tarik budaya, seperti sejarah, cerita rakyat, agama, dan kegiatan pertunjukan khas serta bernilai seni, festival, daya tarik sosial, cara hidup, penduduk asli, bahasa, daya tarik bangunan, arsitektur moderren, monumen, taman, dan wisata air. Damanik dan Weber (2006:13) menyebutkan bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat 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, yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau tidak

mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian. Bedanya dengan originalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat kecantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata. Otentisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja. Selanjutnya menurut Cooper (1995:81) bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata, yaitu atraksi (attraction), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan **seni** pertunjukan; aksesibilitas (accessibilities) seperti transportasi lokal dan adanya terminal; amenities (amenities) seperti tersediannya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan; ancillary service yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata seperti destination marketing management organization, conventional and visitor bureau. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah semua produk yang berupa makanan dan jajanan tradisional dan menarik bagi wisatawan untuk menikmatinya. Miner (1998:36) menjelaskan bahwa upaya menciptakan daya tarik wisata, adalah bagian dari adaptasi menu dalam pengembangan produk atau kreasi menu restoran yang sebaiknya dimulai atau diakhiri berdasarkan pada keinginan konsumen, intinya bagaimana supaya dapat menjangkau keinginan konsumen.

Metode

Tahapan kajian ini adalah dimulai dari penentuan objek penelitian yaitu pemaknaan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata, dilanjutkan dengan penetapan perumusan masalah atas dasar permasalahan yang telah ditetapkan pada pendahuluan, yaitu bagaimana gambaran kuliner lokal Surabi Mila serta bagaimana memaknai Surabi Mila sebagai Kuliner Lokal yang bernilai daya tarik wisata di Kota Bandung. Atas dasar perumusan masalah tersebut maka ditetapkan metode penelitiannya bahwa metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang didasarkan pada kajian teori Damanik dan Weber (2006:13) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yaitu memiliki **keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman**. Dalam konteks penelitian ini, maka kuliner lokal yang memiliki keunikan, originalitas, otentisitas, serta keragaman, merupakan kuliner yang berdaya tarik wisata. Teori lain yang mendukung penelitian ini adalah teori gastronomi yang merupakan seni atau ilmu terhadap kenikmatan sebuah makanan dan minuman (Scarpato, 2002:36).

Hasil dan Pembahasan

Surabi berasal dari Bahasa Sunda yaitu “sura” berarti besar. Surabi adalah salah satu makanan ringan atau jajanan pasar yang berasal dari Indonesia dan menjadi idola sejak diciptakan tahun 1923 silam. Surabi dinyatakan sebagai makanan tradisional khas Jawa karena lebih populer di pulau ini. Surabi memiliki bentuk yang mirip dengan pancake, namun lebih kecil dan tebal. Surabi umumnya terbuat dari tepung beras atau terigu yang dibakar dengan menggunakan alat tradisional yaitu tungku dan cetakan dari tanah liat. Jika *pancake* punya saus dengan berbagai pilihan rasa, kue surabi juga memiliki kuah atau saus yang terbuat dari gula Jawa sesuai dengan cita rasa nusantara, bahkan surabi kini banyak disajikan dengan *mayonaise, dark*

chocolate atau dengan topping ayam, sosis dan lain-lain. Kuah yang terbuat dari campuran gula jawa dan santan kelapa itu, biasa disebut dengan kinca.

Dua jenis kue surabi yang terkenal dari Indonesia, yaitu surabi Bandung dan surabi Solo. Kedua surabi ini memiliki perbedaan, baik dari bahan maupun penyajiannya. Jika surabi Bandung, biasa disajikan dengan kuah dari gula Jawa dan santan yang disebut kinca, sedangkan pada surabi Solo santan ditambahkan ketika proses pembuatan masih berlangsung. Selain di tanah Jawa, surabi juga ditemukan di tanah Minang. Surabi ini banyak menggunakan kuah dasar dari campuran gula dan buah-buahan, terutama surabi kuah durian yang paling sering dicari.

Dalam perkembangannya sekarang ini, surabi telah memiliki banyak pilihan variasi. Mulai dari rasa original, yaitu surabi tanpa topping yang hanya disajikan dengan kuah kinca atau hanya dengan oncom, kini telah menggunakan variasi topping yang beraneka ragam seperti pisang, keju, cokelat, mayonaise, bahkan ayam dan sosis.

Kuliner Lokal Surabi Mila Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung

Surabi Mila adalah jenis surabi yang dalam proses pembuatannya tidak berbeda dengan surabi-surabi pada umumnya di Kota Bandung, yaitu menggunakan bahan dasar tepung beras dengan campuran santan, dengan proses pembakaran menggunakan kayu bakar, tungku pencetak yang terbuat dari tanah liat. Kekhasan bahan dasar yang digunakan, sebagai bentuk orisinalitas dan otentisitas yang ingin ditunjukkan kepada masyarakat bahwa Surabi Mila, adalah surabi yang menjunjung tinggi orisinalitas serta otentisitas. Otentisitasnya, disamping ditunjukkan dari keaslian bahan dasar dan proses pembakarannya, juga dapat dilihat dari keindahan tampilan yang eksotis, sehingga merangsang calon pembeli untuk mencicipinya dan kelezatan rasanya, sebagai dampak dari penggunaan santan, khususnya surabi rasa asin. Tampilan yang indah, tidak lepas dari kemampuan para pembuatnya yang memiliki keahlian yang bernilai seni.

Tampilan yang bernilai seni ini, menguatkan pendapat yang disampaikan oleh Cooper (1995:81) bahwa salah satu dari empat tuntutan terhadap destinasi diantaranya adalah harus menarik dan bernilai seni, Surabi Mila disamping sebagai sebuah produk, juga sebagai tempat yang bisa dikunjungi, memiliki tampilan yang menarik dan bernilai seni. Nilai seni, keindahan, nilai eksotisme pada Surabi Mila, sebagai bagian dari upaya pengelola untuk mendekati produk ini dengan keinginan pembelinya, sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Miner (1998:36), bahwa adaptasi menu pengembangan produk atau kreasi menu restoran sebaiknya dimulai atau diakhiri berdasarkan pada keinginan konsumen. Nilai seni pada Surabi Mila, tidak lepas dari seni kuliner yang diterapkan oleh pengelolanya bahwa seni kuliner merupakan suatu seni yang mempelajari makanan dan minuman serta berbagai hal yang berhubungan dengan makanan dan minuman, mulai dari persiapan, pengolahan, penyajian dan penyimpanannya. Artinya hal-hal penting tersebut, telah menjadi bagian dari upaya maksimal yang telah dilakukan, sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang dan menikmatinya, seperti disampaikan oleh Soekarto (1990) bahwa daya tarik makanan seperti **rasa, warna, bentuk, dan tekstur** memegang peranan penting dalam menilai makanan siap hidang. Juga disampaikan oleh *International Culinary Tourism Association (ICTA)* bahwa wisata kuliner bukan hal yang baru. Berhubungan dengan agrowisata, namun lebih

terfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan untuk menikmatinya.

Keragaman Surabi Mila, tergambar dari banyaknya varian rasa seperti disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1 Varian Rasa

NO.	VARIAN RASA	NO	VARIAN RASA
1.	Surabi Oncom	11.	Surabi Sosis Spesial
2.	Surabi Manis	12.	Surabi Ayam Spesial
3.	Surabi Oncom Keju	13.	Surabi Sosis Ayam Spesial
4.	Surabi Pisang Coklat Susu	14.	Surabi Telur Sosis Spesial
5.	Surabi Pisang Keju Susu	15.	Surabi Telur Ayam Spesial
6.	Surabi Pisang Coklat Keju Susu	16.	Surabi Telur Sosis Ayam Spesial
7.	Surabi Kacang Coklat Susu	17.	Surabi Telur Ayam Oncom Sosis Spesial
8.	Surabi Kacang Keju Susu	18.	Surabi Oncom Ayam Spesial
9.	Surabi Kacang Coklat Keju Susu	19.	Surabi Oncom Sosis Spesial
10.	Surabi Keju Susu	20.	Surabi Oncom Ayam Sosis Spesial

Sumber: Data Surabi Mila Tahun 2017

Terdapat 20 varian rasa tersaji pada Surabi Mila, dari mulai surabi asin tanpa topping, surabi asin dengan topping oncom, sampai surabi dengan varian Fla Cokelat, dengan harga antara R.1.500,- sampai dengan Rp. 9.500,- untuk satu surabi. Dari data tersebut, memberikan gambaran bahwa Surabi Mila merupakan produk kuliner lokal yang dapat memahami keinginan konsumen, yang ingin menjangkau semua lapisan konsumen yang memiliki keinginan rasa bervariasi dengan 20 varian menu yang memiliki rasa berbeda. Rasa yang berbeda menggambarkan warna, tampilan topping dan bentuk yang berbeda. Artinya Surabi dengan 20 varian rasa, dapat menjelaskan 20 perbedaan warna, dan 20 perbedaan tampilan topping. Inilah yang digambarkan oleh Damanik dan Weber (2006:13) sebagai daya tarik wisata, pada aspek keragaman dan keunikan. Lebih jelas disampaikan bahwa daya tarik wisata yang baik, sangat terkait dengan empat hal, yaitu daya tarik yang memiliki keunikan, orisinalitas, otentisitas, dan keragaman.

Pada aspek keragaman Surabi Mila, digambarkan dengan adanya 20 rasa, sehingga memiliki tampilan dan warna yang berbeda. Sementara pada aspek keunikan, adalah tergambar dari tampilan topping yang juga berbeda satu sama lain. Topping menggambarkan varian rasa yang berbeda, artinya topping oncom, menunjukkan rasa asin, dengan oncom, sebagai menu tambahannya. Keragaman dan keunikan pada Surabi Mila, tergambar dalam keterpaduan antara rasa yang melekat pada surabinya dengan topping sebagai simbol yang menguatkan rasanya.

Keunikan Surabi Mila tergambar dari toppingnya; orisinalitasnya, tergambar dari bahan dasar dan proses pembuatannya; otentisitasnya, tergambar dari nilai, tampilannya serta eksotismenya; sementara keragamannya tergambar dari varian rasanya. Keempat aspek ini merupakan pendukung keberhasilan kuliner lokal Surabi Mila, sehingga sangat dekat dengan keinginan pelanggannya dan memiliki daya tarik wisata, di Kota Bandung. Seperti disampaikan oleh Damanik dan Weber

(2006:13) bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yaitu keunikan, orisinalitas, otentisitas, serta keragaman.

Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Surabi Mila merupakan jenis makanan tradisional dengan kategori kuliner lokal yang memiliki daya tarik wisata. Daya tarik wisata pada Surabi Mila adalah tergambar dari keunikannya, yang memiliki 20 jenis varian rasa; dengan topping sebagai pembeda untuk menguatkan rasanya, sebagai bentuk keragamannya; dengan orisinalitasnya yang tergambar melalui kekhasan bahan dasar yang digunakan serta proses pembuatannya; dan otentisitas yang ditunjukkan adalah melalui nilai dan eksotisme tampilannya, yang berbeda dari surabi yang lain.

Dengan masih rendahnya motivasi, minat, mental dan pemahaman terhadap pentingnya berwirausaha serta masih kurangnya pemahaman masyarakat dalam memaknai nilai kearifan lokal pada usaha kuliner, sebagai bentuk terbatasnya peran masyarakat dalam mengembangkan kuliner lokal di Kota Bandung, maka disarankan masyarakat dapat memulai kegiatan usaha pada jenis usaha kuliner ini, dengan harapan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat serta meningkatkan citra Kota Bandung, sebagai Kota Kuliner yang berdaya tarik wisata.

Daftar Pustaka

Cooper, D.R. And Emory, C.W. 1995. *Business Research Methods*, 5 th edition, Richard D. Irwin Inc.

Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber.2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2016.

Eric R. Wolf.2004. *Perang Petani*. Penerbit Insist Press.

International Culinary Tourism Association. *The World's Leading Authority on Culinary Travel*.

Marketing Outlook, Tahun 2017.

Miner, John B. 1998. *“Organizational Behavior: Performance And Productivity”*. First Edition, Random House Business Divisoon, New York.

Prasiasa, Dewa Putu Oka. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat* Penerbit: Salemba Humanika.

Putra *et.al.* 2014. *The Evaluation of Indonesia Import Policies of Garlic*. *Green Journal of Business and Management Studies* Vol 5 (1). Pp. 016-030.

Soekarto.1990. *Penilaian Organoleptik Untuk Industri Pangan dan Hasil Pertanian*. Jakarta. Bhatara aksara.

Syarifuddin, D. 2017. *Nilai Budaya Batik Tasik Parahiyangan Sebagai Daya Tarik Wisata Jawa Barat*, Jurnal Manajemen Resort dan Leasure. Volume 14, No.2, Oktober 2017. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Utama. Scarpato, Rosario. 2002b. '*Gastronomy Studies in search of Hospitality*' in *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 9, No.2, June 2002, p.1-36.

Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.