

## **Pelestarian & Pengembangan Makanan Khas Kampung Ciharahas Mulyaharja Sebagai Destinasi Wisata Kota Bogor**

**Asep Parantika**

Politeknik Sahid

[parantika02@gmail.com](mailto:parantika02@gmail.com)

**Gaby Jenica**

Politeknik Sahid

### **ABSTRACT**

*Indonesia also has a variety of traditional culinary. The city is one of the cities that has a unique gastronomic tourism with a variety of special foods. Mulyaharja Village, which is the main tourist attraction of Bogor, also offers a variety of special foods found in Sundanese specialties. However, there are still many people who do not know the typical food of Mulyaharja Village. This study aims to explain what factors make Mulyaharja village a tourist destination in the city of Bogor and to find out the typical food of Mulyaharja Village which has the potential to become a source of income for residents. The data for this study were collected through observation and interviews with several sources. The data analysis tool used is the SWOT matrix to identify internal and external factors. The results of the study show that, first, Mulyaharja Village already has the factors that make it a tourist destination. However, there are still some limitations that need to be developed. Second, Mulyaharja Village has unique traditional food, namely Nasi Liwet, Nasi Tutung Oncom, Stir-fried Banana Heart, Jengkol Balado and Cucumber Shaved Ice. Third, the typical cuisine of Mulyaharja village can be a source of community income, namely by increasing promotion facilities and maintaining and improving the quality of Mulyaharja's culinary specialties. That way, Mulyaharja Village can become one of the culinary tourism spots in the city of Bogor.*

**Keywords:** *Tourist destinations, Gastronomic tourism, Typical food, Mulyaharja Village*

## ABSTRAK

Setiap provinsi di Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang berbeda-beda. Selain wisata, Indonesia juga memiliki beragam kuliner tradisional. Kota merupakan salah satu kota yang memiliki wisata gastronomi yang unik dengan berbagai makanan khasnya. Desa Mulyaharja yang menjadi daya tarik wisata utama Bogor juga menawarkan berbagai makanan khas yang terdapat dalam makanan khas Sunda. Namun, masih banyak orang yang belum mengetahui makanan khas Desa Mulyaharja. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menjadikan desa Mulyaharja sebagai destinasi wisata kota Bogor dan mengetahui masakan khas Desa Mulyaharja yang berpotensi menjadi sumber penghasilan warga. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan beberapa narasumber. Alat analisis data yang digunakan adalah matriks SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Hasil kajian menunjukkan bahwa, pertama, Desa Mulyaharja sudah memiliki faktor-faktor yang menjadikannya sebuah destinasi wisata. Namun, masih ada beberapa keterbatasan yang perlu dikembangkan. Kedua, Desa Mulyaharja memiliki makanan khas yang unik, yaitu Nasi Liwet, Nasi Tutung Oncom, Tumis Jantung Pisang, Jengkol Balado dan Es Serut Mentimun. Ketiga, masakan khas desa Mulyaharja dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat, yaitu dengan meningkatkan sarana promosi dan tetap mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas kuliner khas Mulyaharja. Dengan begitu, Desa Mulyaharja bisa menjadi salah satu tempat wisata kuliner di kota Bogor.

**Kata kunci :** Destinasi wisata, Wisata gastronomi, Makanan khas, Desa Mulyaharja

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang terbagi menjadi 34 provinsi. Setiap provinsi yang ada di Indonesia pasti menawarkan berbagai destinasi wisata yang berbeda. Selain pariwisatanya, di setiap provinsi yang ada di Indonesia juga menghadirkan berbagai makanan khas tradisionalnya. Berbagai jenis makanan tradisional ini dapat juga menjadi daya tarik, dan memberikan kesan tersendiri baik bagi wisatawan domestic (nusantara) maupun internasional (Wicaksono, T & Fatima, R, 2020). Di banyak negara, terbukti bahwa makanan dapat dijadikan sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan pariwisatanya (Wijaya, Serli, 2019, Jeou-Shyan Horngab & Chen-Tsang) Tsaic, 2010 )

Diperkirakan jumlah makanan tradisional Indonesia sebanyak 5.300 makanan yang merupakan akumulasi dari Pulau Sumatera, Pulau Jawa, Pulau Bali, Pulau Kalimantan, Pulau Sulawesi, Pulau Nusa Tenggara, Pulau Maluku, dan Pulau Papua (Andriani, 2013).

Salah satu pulau terbesar yang ada di Indonesia yakni Pulau Jawa dengan pusat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi termasuk juga pertumbuhan pariwisata. Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi yang luas wilayahnya terbesar di Pulau Jawa, juga menghadirkan berbagai destinasi wisata yang tidak kalah menarik dengan provinsi lainnya, ditunjang berbagai kuliner khas Sunda yang sangat terkenal. Makanan khas Sunda identik dengan citarasa yang ringan, sederhana, dan melimpah rasa rempahnya antara gurih, asin, asam segar, manis ringan, dan pedas. Berdasarkan penelitian Utami Rahmawaty (2013) makanan khas Sunda identik dengan citarasa yang ringan, sederhana, dan melimpah rasa rempahnya antara gurih, asin, asam segar, manis ringan, dan pedas Terdapat 8 makanan tradisional Jawa Barat yang terkenal, yaitu Batagor, Cilok, Tutung

Oncom, Kue Cina Pandan, Kue Balok, Colenak, Seblak dan Baso aci (Nariswari, 2022).

Provinsi Jawa Barat terbagi atas 17 kabupaten dan 9 kota. Salah satu kota yang terdekat dengan ibukota negara DKI Jakarta yakni Kota Bogor. Kota ini menjadi salah satu destinasi unggulan bagi Provinsi Jawa Barat yang memiliki berbagai makanan khas. Beberapa makanan khas kota bogor yang terkenal, diantaranya Toge Goreng yang terbilang murah karena berbahan dasar toge dan oncom, tidak menggunakan daging, Lalu, Doclang, yaitu makanan yang terdiri dari kupat atau lontong, tahu goreng, kentang goreng, telur rebus, dan kerupuk yang kemudian di siram dengan bumbu kacang di atasnya. Dan yang paling populer, Asinan Bogor, yaitu asinan buah dan juga asinan sayur yang diawetkan menggunakan bahan-bahan alami, yakni garam dan cuka.

Desa Mulyaharja sebagai salah satu destinasi wisata di Kota Bogor yang berlokasi di Kecamatan Bogor Selatan, mulai terkenal dilingkungan masyarakat lokal maupun nasional. Destinasi Mulyaharja terbentuk sejak tahun 2017 yang berawal dari adanya Lomba Rancang Kampung Tematik milik Bappeda Kota Bogor. Besarnya dukungan dari warga desa serta pemerintah kota yang ikut berperan dalam membangun Desa Mulyaharja, akhirnya menjadikan Desa Mulyaharja sebagai destinasi wisata andalan Kota Bogor. Desa ini merupakan destinasi yang menonjolkan alam asri dan pemandangan pedesaan, selain menikmati pemandangan, ada beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Kampung Mulyaharja ini, yaitu edukasi bertani, wisata trekking, berkebun, dan memanen madu. Namun yang tak kalah menarik adalah wisata makanan khas Sunda yang dimilikinya. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu destinasi selalu diiringi dengan berkembangnya tempat makan atau restoran dan kafe, hal ini merupakan satu kesatuan

yang saling melengkapi antara tempat wisata, tempat penginapan dan tempat makan (Anggreani, Puput D, & Sabrina, T.A, 2021)

Sehingga melalui penelitian ini berusaha untuk menjelaskan faktor apa saja yang mendukung Desa Mulyaharja dalam menarik para wisatawan untuk berkunjung ke kota Bogor dan mengetahui makanan khas Desa Mulyaharja apa saja yang berpotensi untuk menjadi salah satu sumber penghasilan warga.

## TINJAUAN LITERATUR

### Destinasi Wisata

Daerah tujuan wisata atau yang sering disebut dengan destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih, wilayah administratif, yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, terdapat fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Undang-Undang Kepariwisata nomor 10 tahun 2009). Setiap wilayah memiliki daya tarik yang berbeda, bergantung dari kondisi alam geografis daerah, latar belakang sejarah, makanan, dan perkembangan serta kepercayaan yang dianut masyarakat tersebut. Destinasi wisata dapat berupa berbagai keindahan alam maupun buatan yang dapat ditemukan di tempat yang dituju. Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata menilai bahwa suatu tempat bisa menjadi destinasi wisata apabila memiliki potensi wisata yang lengkap, yaitu budaya, alam, religi, kuliner, maupun sejarah (Hariyanto, 2016).

### Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Destinasi Wisata

Unsur-unsur destinasi wisata adalah sebagai berikut.

a. Keindahan lingkungan. Melalui keindahan lingkungan, wisatawan bisa

melihat pemandangan yang bagus dan indah, menikmati liburan bersama keluarga dan kerabat. Selain itu, wisata dengan pemandangan alam biasanya di kelola langsung oleh masyarakat lokal sehingga bisa dimanfaatkan menjadi destinasi wisata yang baik (Yulis Wulandari, 2020).

- b. Sarana dan prasarana. sarana dan prasarana merupakan semua bentuk yang digunakan untuk memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhannya selama tinggal atau berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.
- c. Kuliner. Yusendra (2015) mengatakan bahwa makanan dan minuman sebagai salah satu kebutuhan wisatawan apabila berkunjung ke suatu tempat. Wisatawan biasanya ingin mencari tahu apa yang menjadi makanan khas, seperti jenis makanan dan minuman yang dapat ditemukan di lokasi tersebut.
- d. Kearifan lokal yang merupakan budaya daerah setempat yang sudah dianggap sebagai keunikan di daerah tersebut dan kemampuan masyarakat untuk mengelola dan mempertahankan kebudayaan mereka.
- e. Objek wisata biasanya berupa suatu tempat wisata yang menyajikan keindahan alam daerah tersebut yang dapat dinikmati oleh pengunjung.
- f. Aksesibilitas menentukan mudah atau tidaknya lokasi untuk dijangkau. Jaringan jalan juga merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap kelancaran pelayanan umum yang sangat penting (Soleh Habib, 2017).
- g. Akomodasi dapat berupa transportasi dan penyediaan tempat tinggal yang akan digunakan. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisata perlu disediakan fasilitas akomodasi, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan,

selama berada di destinasi pariwisata, maupun pada saat wisatawan kembali ke tempat semula (Suryadana dkk, 2015).

### **Faktor-Faktor Pendukung Sebuah Tempat Menjadi Destinasi Wisata**

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang maupun perorangan. Industri pariwisata saat ini juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pada khususnya dan nasional daerah pada umumnya. Untuk menjadikan hal tersebut dibutuhkan perencanaan strategis. Saat ini, perencanaan strategis muncul dan diminati karena berkaitan dengan semakin terbatasnya sumber daya internal organisasi dan banyaknya tantangan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan peran organisasi (Baiquni, 2004). Pemerintah dan masyarakat setempat juga dituntut untuk memberikan pelayanan prima yang harus memiliki *style* tersendiri yang berbeda dengan destinasi wisata lainnya. Dalam pariwisata yang dikatakan *product style* yang baik adalah (1) daya tarik objek itu sendiri; (2) memiliki perbedaan dengan obyek lainnya; (3) dukungan kondisi prasarana yang terpelihara dengan baik; (4) ketersediaan fasilitas *something to see, something to do, something to buy*; dan (5) dilengkapi dengan sarana prasarana lainnya (Djou, 2013).

Agar bisa menarik wisatawan, menurut Tribe (1997) ada empat langkah strategi pariwisata yang efektif, yaitu: (1) mengutamakan pelanggan; (2) menjadi pemimpin dalam kualitas; (3) mengembangkan inovasi yang radikal; dan (4) memperkuat posisi strategis. Selain itu, menyusun visi dan misi dalam membangun destinasi wisata sekaligus melakukan konsultasi kapasitas SDM di daerah tersebut dapat meningkatkan karenanya dapat menambah pemasukan devisa dalam perdagangan luar negeri dan menjadi peranan penting dalam pembangunan nasional.

### **Wisata Gastronomi**

Istilah kata gastronomi berasal dari kata “gastros” yang berarti lambung dan “nomos” yang berarti pengetahuan. Gastronomi berbeda dengan kuliner yang apabila dalam bahasa Yunani kata “kuliner” yaitu “culina” yang berarti dapur atau memasak atau hal-hal yang langsung terkait dengan makanan dan bahan yang dimanfaatkan. Koridor kajian gastronomi umumnya menekankan kepada 4 elemen (Nugroho, 2020), yaitu:

1. Sejarah: mengenai asal usul bahan baku, bagaimana dan dimana dibudidayakan
2. Budaya: mengenai faktor yang mempengaruhi masyarakat setempat mengkonsumsi makanan tersebut.
3. Lansekap Geografis: mengenai faktor lingkungan (alam & etnis yang mempengaruhi masyarakat memasak makanan tersebut.
4. Metode memasak mengenai proses memasak secara umum. Bukan mengenai teknis memasak karena seorang gastronom tidak harus bisa memasak.

### **Makanan Khas**

Makanan khas atau yang biasa disebut makanan tradisional adalah makanan yang biasanya terbuat dari rempah-rempah, bumbu, dan budaya adat istiadat yang berbeda-beda di suatu daerah. Menurut Marwanti (2006), makanan tradisional mempunyai pengertian makanan rakyat sehari-hari, baik yang berupa makanan pokok, makanan selingan, atau sajian khusus yang sudah turun-temurun dari zaman nenek moyang.

Daya tarik makanan seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur memegang peranan penting dalam menilai makanan siap hidang (Syarifuddin, 2018). Dalam pembuatan makanan tradisional peranan budaya sangat penting. Peranan budaya dapat

berupa bentuk keterampilan, kreativitas, sentuhan seni, tradisi dan selera.

Makanan khas saat ini disebut juga sebagai pariwisata daerah karena tidak hanya dinikmati di daerah asalnya, telah dapat dinikmati di hampir seluruh wilayah Indonesia. Dalam sebuah makanan khas mengandung sebuah sejarah yang berkaitan dengan daerah tersebut. Selain itu, makanan khas bisa digunakan untuk kemajuan ekonomi pariwisata daerah dan negara Indonesia karena dengan melestarikan makanan khas maka bisa menjadikan sebuah daerah atau negara sebagai destinasi wisata yang lebih berkembang.

### **Ciri-Ciri Makanan Khas Suatu Daerah**

Makanan khas ini bisa dijumpai di mana saja bahkan hingga di pelosok negeri juga masih dapat di jumpai karena makanan ini sudah berkembang di setiap daerah yang memiliki ciri-ciri yang mencerminkan kehidupan masyarakat. Menurut Sosroningrat (1991), makanan tradisional mempunyai ciri-ciri antara lain :

1. Resep makanan yang diperoleh secara turun-temurun dari generasi pendahulunya.
2. Penggunaan alat tradisional tertentu di dalam pengolahan masakan tersebut (misalnya masakan harus diolah dengan alat dari tanah liat).
3. Teknik olah masakan merupakan cara pengolahan yang harus dilakukan untuk mendapatkan rasa maupun rupa yang khas dari suatu masakan.

### **Cara Mengembangkan Makanan Tradisional Indonesia**

Melalui perkembangan saat ini, media sosial merupakan teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berinteraksi, dan berbagi isi pesan. Menurut Fauziah (2018), media sosial merupakan istilah yang banyak digunakan setiap penggunaannya untuk saling mengikat dan

berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Media sosial termasuk salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempromosikan makanan khas daerah agar dapat lebih dikenal oleh banyak orang. Biasanya, melalui sosial media masyarakat mengabadikan atau mengulas makanan tersebut sehingga menjadi lebih menarik. Akibatnya, banyak wisatawan asing juga akan berlomba-lomba ingin mencicipinya ke daerah tersebut.

Pendidikan mengenai makanan tradisional juga harus ada di kalangan pelajar. Generasi muda harus diajarkan sejak bahwa di Indonesia bukan hanya kaya akan keindahan alamnya, tetapi juga kaya akan makanan tradisional daerah yang bisa menjadi ciri khas negara sekaligus menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara yang kaya akan sejarah dan budaya. Dengan begitu, generasi muda dapat lebih mencintai kebudayaan daerah dan dapat terus melestarikannya.

### **Penelitian-Penelitian Sebelumnya**

Jawa Barat yang memiliki harta gastronomi yang sangat elegan melalui speasiliisasi makanan yang lezat dan lengkap dengan presentasi dan penyajiannya yang unik. Gastronomi Sunda memiliki suasana dan daya tarik yang berbeda dari daerah lain. Namun nyatanya, daya tarik gastronomi Sunda belum menjadi daya tarik wisatawan karena selama ini masyarakat beranggapan bahwa wisata gastronomi sama dengan wisata kuliner yang hanya mencicipi hidangan di tempat sebagai salah satu kebutuhan fisik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Turgarini, dkk (2018), faktor yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah Jawa Barat adalah atraksi yang unik, warisan budaya, keahlian memasak Sunda, dan Provinsi Jawa barat sebagai muara *foodscape*. Hasil lain juga menunjukkan bahwa pengembangan gastronomi Sunda sebagai elemen daya tarik

tujuan wisata dan atribut penting dalam pengembangan tujuan wisata perjalanan.

Menurut Ayu Nurwitasari (2015), beberapa restoran di daerah Jawa Barat juga sudah memperkenalkan konsep wisata gastronomi yang memadukan antara objek wisata dan makanan khas agar menjadi salah satu sumber penghasilan wisata. Wisata tersebut sudah menetapkan harga yang terjangkau, higienis dan nyaman, serta menghadirkan sesuatu yang berbeda dari tempat lain untuk dikunjungi. Pengkolaborasi ini tentunya akan menjadikan wisata gastronomi sunda semakin berkembang, apabila pelaku usahanya memiliki cara memasak yang unik dan memberikan rasa yang berbeda diantara makanan khas lainnya.

### METODE, DATA, DAN ANALISIS

Metode yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan observasi objek, wawancara secara langsung ke beberapa narasumber di tempat wisata Desa Mulyaharja.

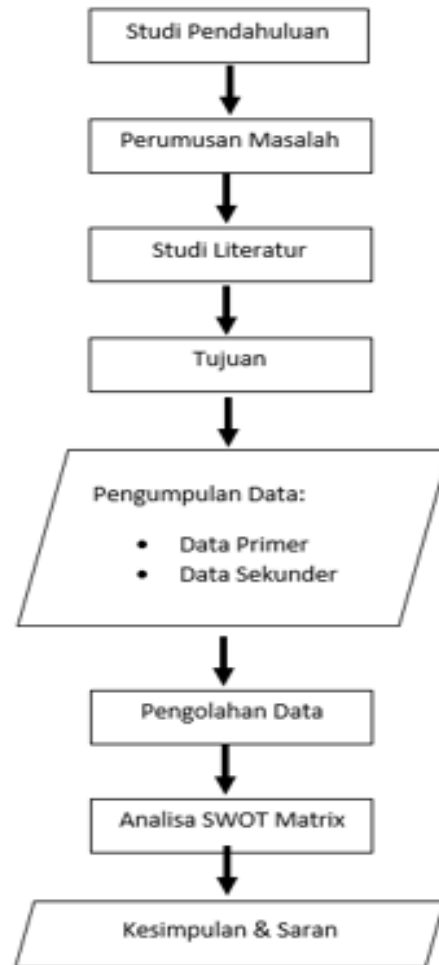
Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*, yaitu dengan mengambil sampel secara acak berdasarkan area (*cluster random sampling*). Tujuan dari sampling ini karena peneliti ingin meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan bertanya kepada Kelompok Pemandu Pariwisata, Kelompok Wanita Tani (KWT), Tetua Adat, dan Pengusaha Makanan di desa Mulayaharja.

Untuk menggali informasi yang diinginkan, penulis akan menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan melalui pertanyaan yang telah dibuat dan dapat menghasilkan jawaban dari narasumber-narasumber tersebut.

Setelahnya, alat Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT

Grand Matrix. Matrix ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal “kekuatan dan kelemahan” dan faktor eksternal yaitu “ancaman dan peluang” yang akan dihadapi kedepannya (Adriyanto, 2017).

### Flowchart Penelitian



Sumber: Analisis Peneliti, 2022

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Faktor-Faktor yang Memoengaruhi Desa Mulyaharja Sebagai Destinasi Wisata Kota Bogor

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Desa Mulyaharja sebagai destinasi wisata Kota Bogor sebagai berikut.

- a. Akses Jalan  
Kondisi jalan utama menuju ke desa cukup mudah untuk diketahui masyarakat. Jalan utamanya dapat diakses oleh dua mobil, tetapi karena kondisi jalannya yang agak sempit sehingga harus bergantian. Ketika memasuki kampung Mulyaharja, kondisi jalannya sudah lebih mulus. Namun, hal ini menjadi tantangan dan bukti bagi wisatawan masih asrinya Kampung Tematik Mulyaharja.
- b. Mudahnya Akses Transportasi  
Untuk ke desa ini bisa dicapai dengan kendaraan pribadi dan angkutan umum sekitar 90-120 menit dari Kota Jakarta. Apabila menggunakan angkutan umum, maka bisa menggunakan kereta *commuter line* hingga Stasiun Bogor dan dilanjutkan dengan menggunakan transportasi online ataupun angkutan kota.
- c. Fasilitas  
Fasilitas pendukung di desa ini sudah berkembang dengan adanya papan petunjuk arah yang bisa membuat orang sampai ke Kampung Tematik Mulyaharja. Ketika sudah memasuki wilayah tersebut, juga terdapat gardu yang bertuliskan Kampung Tematik Ciharahas-Mulyaharja. Lalu, juga sudah terdapat tempat parkir motor dan mobil bagi pengunjung. Sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengunjungi destinasi wisata tersebut
- d. Keamanan  
Terdapat banyak warga sekitar yang sudah berjaga di sekitar lokasi wisata. Masyarakat ada yang berperan sebagai penjaga parkir. Ada juga yang berperan sebagai penunjuk arah apabila wisatawan bertanya mengenai Desa Mulyaharja ini.
- e. Akomodasi  
Untuk akomodasi di desa ini tidak terdapat hotel hanya ada home stay. Fasilitas yang didapatkan juga sudah berupa kasur, kamar mandi, meja, dan juga kursi. Untuk menyewa satu rumah dapat menyewa dengan harga sekitar Rp 500.000 per malam.
- f. Kuliner  
Kampung Tematik Mulyaharja juga sudah terdapat warung atau kantin yang menyediakan santapan nasi liwet, aneka minuman, dan makanan lainnya. Kemudian, juga terdapat kedai kopi yang menyediakan berbagai olahan kopi, susu, dan es krim yang semuanya itu dapat dinikmati dengan pemandangan hamparan sawah yang luas.
- g. Objek Wisata  
Untuk objek wisata di desa ini bertepatan pertanian organik. Jadi di sini wisatawan bisa belajar cara menanam padi, menanam umbi-umbian, dan sayuran dengan menggunakan pupuk organik tanpa ada bahan kimia.
- h. Kebersihan  
Kebersihan di desa wisata ini sudah sangat baik sekali karena warganya sudah mengetahui tata cara tentang pengelompokan sampah. Masyarakat di desa ini juga mempunyai sikap kekompakan yang sangat tinggi dalam menjaga kebersihan Kampung ini agar tetap bersih dan sejuk.
- i. Masyarakat  
Masyarakat di Desa ini masih sangat melestarikan budaya gotong royongnya. Mulai dari anak-anak, pemuda, hingga lansia selalu kompak. Setiap ada acara yang dilakukan di Desa Mulyaharja ini, masyarakat akan bekerja bersama-sama dengan baik dan benar tanpa banyak mengeluh.
- j. Budaya  
Budaya di Desa Mulyaharja, yaitu pancak silat. Pancak silat Namun, seiring perkembangan zaman mulai sekarang sudah mulai bergeser atau hampir punah. Alat tradisional yang masih ada di Desa Mulyaharja ialah lesung dan dulang. Pada saat panen raya dulu masyarakat akan menggunakan lesung untuk padi dari

tangkai dan kulitnya. Dulang biasanya digunakan oleh masyarakat sunda untuk *ngakeul* nasi sambil dikipasi sebelum disimpan kedalam tempatnya.

k. Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang ada di desa ini sudah dilakukan promosi melalui sosial media yang ada. Pemasaran mengenai Desa Mulyaharja ini juga dilakukan oleh kelompok penggerak pariwisata dengan memperkenalkan Kampung Tematik Mulyaharja. Berbagai informasi mengenai destinasi wisata ini sudah dapat ditemukan melalui Instagram, Facebook, Youtube, dan juga Website Kampung Mulyaharja.

## 2. Makanan Khas Desa Mulyaharja

Makanan khas yang ada di desa Mulyaharja hampir sebagian besar sudah mulai punah. Namun, terdapat beberapa makanan khas Mulyaharja yang masih dapat ditemukan, antara lain.

1. Nasi Liwet

Nasi liwet di Desa ini merupakan nasi putih yang dimasak dengan menggunakan cabai, bawang, serai, salam, dan berbagai rempah-rempah tradisional tanpa ada campuran buatan. Kemudian dalam suatu acara, cara makan nasi liwet di sini dengan menghampari nasi dan berbagai lauknya di atas daun pisang (*ngariung liwet*).

2. Nasi Tutung Oncom

Nasi tutung oncom termasuk makanan khas Mulyaharja yang tidak kalah nikmatnya dengan nasi liwet. Ketika membuat hidangan ini, oncom harus dimasak hingga matang dan mengering terlebih dahulu sampai aroma langunya berkurang. Kemudian, dicampurkan dengan nasi putih, bumbu-bumbu tradisional, dan dibungkus dengan daun pisang sehingga menghasilkan aroma yang nikmat.

3. Tumis Jantung Pisang

Tumis jantung pisang merupakan jenis makanan seperti urap Khas Mulyaharja. Namun, yang membedakan adalah cara memasaknya. Tumis jantung pisang Mulyaharja harus di rebus dengan kondisi air yang sudah benar-benar mendidih. Jika airnya kurang mendidih, maka akan mempengaruhi tampilan dari tumis jantung pisang itu sendiri dan rasanya pun kurang nikmat.

4. Jengkol Balado

Jengkol balado Desa Mulyaharja juga masih menggunakan bahan-bahan tradisional, seperti cabai merah, bawang putih, bawang merah, dan ketumbar yang kemudian akan dimasak untuk dijadikan semur jengkol ataupun jengkol balado.

5. Es Timun Serut

Es timun serut merupakan salah satu minuman khas Mulyaharja yang sudah sangat jarang ditemui. Es ini terbuat dari timun yang dikupas hingga bersih lalu diparut. Kemudian dicampur dengan biji selasih, sirup melon, air, sedikit perasan jeruk nipis, dan es batu secukupnya. Sehingga minuman ini cocok untuk dinikmati di Mulyaharja ketika siang hari sembari melihat pemandangan yang indah.



Gambar 1.1 Nasi Tutung Oncom



**Gambar 1.2 Nasi Liwet**



**Gambar 1.5 Es Timun Serut**  
Sumber: dokumentasi peneliti, 2022



**Gambar 1.3 Jengkol Balado**



**Gambar 1.4 Tumis Jantung Pisang**

### **3. Strategi Pengelolaan Makanan Khas Desa Mulyaharja Agar Menjadi Salah Satu Sumber Penghasilan Warga**

Beberapa makanan khas Mulyaharja yang ditemukan masih dapat dikembangkan dengan cara yang modern. Oleh karena itu, terdapat beberapa strategi pengelolaan makanan khas Desa Mulyaharja yang dapat diterapkan.

#### **1. Meningkatkan promosi makanan tradisional Desa Mulyaharja**

##### **a. Pengiklanan**

Pengiklanan saat ini dapat dilakukan melalui sosial media, seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Untuk konten iklan dapat dibuat berupa foto atau video mengenai kuliner khas, paket yang ditawarkan, testimoni konsumen, dan juga mengenai cara pengolahannya. Dengan begitu diharapkan konten yang diunggah tidak membosankan dan dapat menarik perhatian yang menontonnya.

##### **b. Personal Selling**

*Personal selling* ini dapat dilakukan oleh penjual makanan yang memiliki menu berupa makanan khas di Desa Mulyaharja. Hal ini dapat dilakukan karena dapat meningkatkan penjualan melalui hubungan dengan para wisatawan. Penjual juga dapat memberikan saran, membantu konsumen dalam menentukan pilihannya,

dan dapat memperoleh tanggapan langsung dari pembeli.

## 2. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas kuliner khas Mulyaharja

### a. Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas

Untuk menghasilkan makanan yang bermutu dan berkualitas, sepatutnya bahan yang dipakai harus memiliki kualitas yang baik sehingga dapat memperoleh kepuasan konsumen.

### b. Mempertahankan penggunaan alat masak tradisional

Penggunaan alat masak yang tradisional biasanya akan menghasilkan sebuah makanan yang memiliki karakter tersendiri. Dengan menggunakan alat masak tradisional, konsumen akan merasakan ciri khas dari makanan tersebut. Sehingga keaslian rasa yang dihasilkan akan berbeda dengan alat-alat masak yang modern.

### c. Memanfaatkan teknologi modern dalam meningkatkan metode memasak yang efektif

Kualitas makanan yang dihasilkan tidak hanya dari bahan baku yang dipakai, akan tetapi penggunaan metode memasak yang tepat juga sangat berpengaruh. Dengan berkembangnya teknologi, masyarakat dapat melihat atau mencari referensi tentang metode memasak makanan tradisional yang efektif sehingga hasil akhir masakan yang dibuat berkualitas baik.

## Analisis SWOT Matriks

**Tabel 1. Faktor Internal**

FAKTOR INTERNAL (STRENGTH & WEAKNESS)					
	Faktor Strategis	Tingkat	Bobot	Rating	Skor
Strength	1. Polusi udara masih sangat terjaga.	3	0,17	5	0,83
	2. Adanya petunjuk jalan untuk menuju Kampung Wisata Mulyaharja.	2	0,11	4	0,44
	3. Masyarakatnya sangat ramah.	3	0,17	5	0,83
	4. Sudah mulai aktif melakukan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi.	2	0,11	4	0,44
Weakness	1. Akses jalan utama yang dilalui masih perbaiki karena banyak yang rusak.	1,5	0,08	2	0,17
	2. Tidak ada akses angkutan umum untuk masuk ke Desa.	2	0,11	1,5	0,17
	3. Sarana promosi untuk makanan khasnya masih kurang dibandingkan objek wisatanya.	2	0,11	3	0,33
	4. Fasilitas akomodasi yang ditawarkan terkadang masih kurang memadai.	2,5	0,14	2	0,28
Total		18	1,00	3,50	

Sumber: analisis peneliti, 2022

Berdasarkan hasil tersebut, maka total skor faktor internal sebesar 3,395. Angka ini menunjukkan kategori kuat karena berada diatas rata-rata, yaitu 2,70 (David, 2000: 34). Ini menunjukkan bahwa faktor eksternal mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

FAKTOR EKSTERNAL (OPPORTUNITIES & THREATS)					
	Faktor Strategis	Tingkat	Bobot	Rating	Skor
Opportunities	1. Memiliki objek wisata selain persawahan, seperti trekking, berbagai spot foto, menanam padi, ngelivret di tengah hamparan sawah yang indah.	3	0,15	5	0,75
	2. Mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.	2,5	0,14	4	0,56
	3. Memiliki ciri khas kuliner yang sangat nikmat, seperti nasi liwet, nasi tutung oncom, dan es timun serut.	2,5	0,14	5	0,70
	4. Kampung wisata Mulyaharja ini untuk perkembangannya sudah bagus.	3	0,17	3	0,51
Threats	1. Keindahan masih kurang terjaga.	2	0,11	2	0,22
	2. Biaya transportasi yang dikeluarkan semakin lebih besar.	3	0,17	1,5	0,255
	3. Makanan khas yang dijual masih tergolong sedikit.	2,5	0,14	2	0,28
	4. Munculnya wisata baru dengan fasilitas akomodasi yang lebih terjangkau.	1,5	0,08	1,5	0,12
Total		20	1,09	3,395	

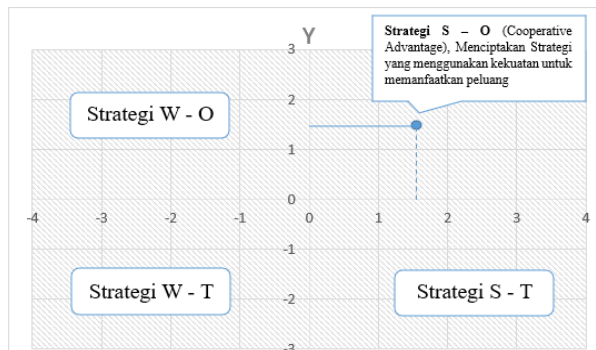
Sumber: analisis peneliti, 2022

Berdasarkan hasil tersebut, maka total skor faktor internal sebesar 3,395. Angka ini menunjukkan kategori kuat karena berada diatas rata-rata, yaitu 2,70 (Hermawan, 2017). Ini menunjukkan bahwa faktor eksternal mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

**Perhitungan Nilai Internal dan Eksternal**

Faktor Internal	Faktor Eksternal
X = Strength – Weakness	Y = Opportunities – Threats
X = 2,54 - 0,95	Y = 2,52 - 0,875
<b>1,59</b>	<b>1,645</b>

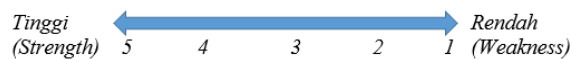
Sumber: analisis peneliti, 2022



Keterangan:



Rating



Sumber: analisis peneliti, 2022

Berdasarkan matriks SWOT diatas, berikut ini adalah strategi alternatif yang bisa digunakan di Kampung Mulyaharja: Strategi S-O (Corporate Advantage) strategi dengan menggunakan kekuatan

dalam memanfaatkan kesempatan yang ada, yaitu:

- Polusi udara yang masih terjaga dan pemandangan hamparan sawah yang indah di sekitar objek wisata Kampung Mulyaharja ini bisa digunakan pengunjung sebagai alternatif untuk *refreshing*.
- Kampung wisata ini sudah mendapatkan dukungan yang baik dari berbagai pihak sehingga akses untuk menuju kampung ini cukup mudah ditandai dengan adanya papan petunjuk arah.
- Memiliki ciri khas kuliner yang sangat nikmat dan masyarakatnya yang ramah menjadi hal yang sangat disukai oleh wisatawan bila berkunjung.
- Perkembangan Desa Mulyaharja sudah sangat bagus dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang ada, seperti menggunakan social media sebagai sarana promosi dan traktor untuk membajak sawah.

**KESIMPULAN**

Kampung Wisata Mulyaharja ini sudah memiliki beberapa faktor yang mendukung Desa Mulyaharja sebagai salah satu destinasi wisata kota Bogor. Akan tetapi, untuk perkembangan wisata gastronomi di Desa ini kedepannya harus lebih dikembangkan dan dilestarikan. Masyarakat Desa Mulyaharja harus semakin sering mengunggah konten mengenai makanan khas Mulyaharja ke media sosial agar semakin banyak menarik perhatian orang lain. Kemudian, pengelola wisata Mulyaharja perlu membuat paket wisata yang telah berisi penginapan, kuliner khas, dan kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Mulayahrja. Sehingga hal itu akan melekat sebagai ciri khas yang tidak dimiliki destinasi wisata lainnya di Kota Bogor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, Puput D, & Sabrina, T.A, 2021, Analisis Customer Engagement Terhadap Kafe Di Kota Tegal. *Journal of Tourism and Economics*, Vol.4, No.1, Page 18-27
- Baiquni, M., 2004, January. Social Economics Integration of Dualistic Settlement Environment at Urban Areas in Indonesia (Case Study in Yogyakarta City). In *Forum Geografi* (Vol. 14, No. 1).
- Djou, J.A.G., 2013. Pengembangan 24 Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Ende. *Jurnal Kawistara*, 3(1).
- Fauziah, R., Ratnamulyani, I.A. and Kusumadinata, A.A., 2018. Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, 4(1).
- Hariyanto, O.I.B., 2016. Destinasi wisata budaya dan religi di Cirebon. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), pp.214-222.
- Jeou-ShyanHorngab & Chen-Tsang(Simon) Tsaic, 2010. Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, Vol.31 (1), Pages 74-85
- KRT. Sosroningrat, 1991, 'Makalah'.: makanan Tradisional: Posisi dan Perannya dalam Pengembangan Kepariwisata, Yogyakarta: HUT IKA BOGA.
- Marwanti, M., 2006. Penerapan Pemelajaran Terintegrasi Model Tematik Untuk Meningkatkan Pemahaman Pangan Tradisional Di Sekolah Dasar. *Cakrawala Pendidikan*, (2), p.845-42.
- Nugroho, S.P., 2020. Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), pp.52-62.
- Nurwitasari, A., 2015. Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Kota Bandung. *Jurnal Barista*, 2(1).
- Rahmawaty, Utami dan Yuni Maharani. 2013. Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat. *Jurnal Tingkat bidang Senirupa dan Desain*, 1 (1), 18.
- Soleh, Habib. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air terjun Aek Mertua Di Desa Tangun Kecamatan Rangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Jurnal FISIP*, 4(1), 1-12.
- Syarifuddin, D., Noor, C.M. and Rohendi, A., 2018. Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Tribe, J., 1997. *Corporate strategy for tourism*. International Thomson Business Press.
- Turgarini, D., 2018. *Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di KOTA BANDUNG* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Wicaksono, T & Fatima, R., 2020. Determining Priority Needs of Culinary Micro-Enterprise Customers in Indonesia Through a Quality Perspective. *Journal of Tourism and Economics*, Vol.3, No.2, Page 66-76

- Wijaya, Serli, 2019. Indonesian food culture mapping: a starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. *Journal of Ethnic Foods, Vol 9 (2019)*
- Wulandari, Y., 2021. Faktor Faktor Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Destinasi Wisata. *Jurnal Pendidikan Nusantara, 2(1)*.
- Yusendra, A.E., 2015. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestic nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya, 1(01)*, pp.46-64.
- RI (Republik Indonesia). (2012). Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 11. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Andriani, Dewi, 2013. Kuliner Indonesia, Potensi Masakan Nusantara di Pasar Dunia. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia>. Diakses pada 24 Maret 2022.
- Nariswari, Arendya. 2022. 7 Makanan Khas Jawa Barat yang Cita Rasa Lokalnya Ngangenin, (<https://www.suara.com/lyeyle/2022/01/03/142830/7-makanan-khas-jawa-barat-yang-cita-rasa-lokalnya-ngangenin>). Diakses pada 24 Maret 2022.
- Adriyanto, Irsyad. 2017. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus),