

---

## PENGEMBANGAN KULINER SATE TAICHAN GORENG SEBAGAI ATRAKSI WISATA DI KOTA BEKASI

---

Ramon Hurdawaty<sup>1</sup>, Maryetti<sup>2</sup>, Sekar Ayu Dewinda<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Jakarta

ramon.hurdawaty@gmail.com<sup>1</sup>, maryetti@stpsahid.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK:

Sate Taichan Goreng terletak di Galaxy dan Harapan Indah, Bekasi yang memiliki cita rasa dan variasi menu yang unik. Ada Taichan Paha, Sayap Taichan, Sate Kulit, Sate Kikil, Sate Cumi-Cumi, dan variasi Sate lainnya. Dalam penelitian ini, ingin mengetahui bagaimana pengembangan kuliner Sate Taichan sebagai atraksi wisata kuliner di Bekasi. Sedangkan untuk metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif dan juga menggunakan analisis SWOT yang bertujuan untuk mencari dan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis atau lisan dari orang berpengaruh dan kompeten dalam pengelolaan Taichan Goreng. Teknik pengumpulan data adalah data primer dan data sekunder, seperti observasi, wawancara, dokumentasi, perpustakaan, dan internet. Atraksi wisata dari kuliner Sate Taichan Goreng yaitu *what to see* meliputi bisa melihat cara membakar satenyanya tersebut, *what to do* dengan adanya fasilitas yang ada dan mencicipi banyaknya pilihan menu yang ditawarkan, *what to buy* meliputi jenis makanannya itu sendiri, *what to arrived* meliputi kendaraan yang digunakan bisa menggunakan kendaraan pribadi dan jarak tempuh jika dari Jakarta memakan waktu kurang lebih satu jam, dan *what to stay* terdapat penginapan atau hotel-hotel kecil yang ada di sekitar tempat tersebut. Analisis SWOT terhadap pengembangan makanan Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi, khususnya Kota Bekasi menunjukkan bahwa posisi makanan sate taichan goreng berada pada posisi Strengths-Opportunity (SO). Maka, perlu dilakukan program pengembangan dalam rangka untuk memafaatkan kekuatan dan peluang yang ada di antaranya adalah: adaptasi menu, melibatkan media masa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, membuka pasar tradisional, dan kreatif dalam mengolah sebuah makanan.

*Kata kunci:* taichan, atraksi, pengembangan kuliner

### ABSTRACT

Sate Taichan Goreng is located in Galaxy and Harapan Indah, Bekasi which has a unique taste and many variation menu. There are Taichan Paha, Taichan Wings, Sate Kulit, Sate Kikil, Sate Cumi-Cumi, and other variation of Sate. In this study, like to know how Satay Taichan culinary development as a culinary attraction in Bekasi. As for the research methods by the author used is descriptive and also use SWOT analysis which aims to seek and know the strengths, weaknesses, oportunites, and threats. The research that generates descriptive data in the form of sentences written or oral from influential people and competent in the management of Taichan Goreng. Technique to collect the data is primary data and secondary data, like observation, interview, documentation, library, and internet. Tourist attractions from the culinary Sate Taichan Goreng is "what to see", include can see how to burn sate, "what to do" with the existing facilities and tasted many menu choices offered, "what to buy" include the type of food, "what to arrived" include a vehicle that used can use private vehicles and mileage if from Jakarta takes approximately one hour, and "what to stay" there are inn or small hotels that

exist around the place. SWOT analysis on food development of Taichan in Bekasi City, especially Bekasi City shows that the position of Sate taichan is in Strengths-Opportunity (SO) position. Thus the development program needs to be done in order to utilize the strengths and opportunities that exist are: menu adaptation, involving mass media, improving the quality of human resources, opening up traditional markets, and creative in processing a food

*Keywords:* taichan, attraction, culinary development

Riwayat Artikel :

Diajukan: 03 Agustus 2017

Direvisi: 16 Agustus 2017

Diterima: 25 September 2017

## PENDAHULUAN

Kuliner berasal dari bahasa Inggris culinary yang memiliki arti sebagai sesuatu yang digunakan dalam memasak atau berkaitan dengan memasak. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), kuliner adalah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan, dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini merupakan bagian dari megapolitan Jabodetabek dan menjadi kota satelit dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Saat ini Bekasi berkembang menjadi tempat tinggal kaum urban dan sentra industri. Kota Bekasi juga dijuluki sebagai Kota Patriot dan Kota Pejuang

Kota Bekasi terkenal dengan daerah industri, jarang terkenal dengan pariwisata atau pun kulinernya. Tetapi saat ini, Bekasi ingin terlihat lebih maju dengan kulinernya,

Sate Taichan Goreng ini sangat dikenal oleh masyarakat tidak lain adalah karena

yang sama dengan semboyannya “Bekasi Maju, Sejahtera, dan Ihsan”. Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba tepat dan enak. Banyak yang menyukai jalan-jalan, bisa dipastikan juga menyukai kuliner.

Tempat kuliner di Kota Bekasi yang sedang jadi bahan pembicaraan banyak masyarakat, yaitu Sate Taichan. Sate Taichan mulai dikenal di kalangan masyarakat Jakarta, khususnya anak muda pada awal tahun 2016. Pelopor utama ada di Senayan, dan sekarang sudah banyak masyarakat yang membuka usaha Sate Taichan, dari outlet maupun warung tenda yang berjualan di pinggir jalan.

Saat ini Sate Taichan Goreng yang merupakan salah satu kuliner favorit di Bekasi berlokasi di Harapan Indah dan Grand Galaxy. Makanan ini sangat ramai diperbincangkan oleh masyarakat, khususnya anak muda baik di Bekasi, maupun di luar Bekasi. Di sosial media terutama Instagram, anak muda ataupun pengunjungnya memasang foto-foto mereka dengan menu yang dipilihnya. Dikatakan favorit, karena followers (pengikut) di instagram Sate Taichan Goreng itu sendiri sudah memiliki seratus ribu lebih pengikut, serta sering kali mendapatkan empat bintang dan banyak ulasan yang positif di aplikasi zomato.

pemilikinya itu seseorang dari selebgram yang sedang banyak dibicarakan oleh anak

muda. Dan juga karena menu yang disajikan sangat bervariasi, sehingga membuat pengunjung mempunyai pilihan. Begitu juga dengan rasa gurih dan pedas yang membuat pengunjung ingin mencoba kembali.

Sate Taichan Goreng atau juga dikenal sebagai Sate Jepang Pedas merupakan restoran kecil atau kedai makan yang satu-satunya di Bekasi telah menarik perhatian pengunjung asli Bekasi maupun daerah lainnya. Dibutuhkan waktu kurang lebih satu jam untuk mencapai restoran tersebut dari Jakarta.

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah pangan. Dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut bisa dilakukan dengan penganekaragaman jenis makanan. Usaha kuliner melihat peluang tersebut, sehingga bermunculanlah kuliner-kuliner yang menarik. Pada saat ini kuliner di Kota Bekasi semakin menghadapi persaingan yang tajam. Banyaknya bermunculan kuliner-kuliner franchise dan kuliner dari daerah lain. Ini memberi warna baru dalam wisata kuliner di Kota Bekasi. Untuk itu kuliner Sate Taichan Goreng di Bekasi harus bisa mempertahankan diri dan sekaligus harus memenangkan persaingan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang "Pengembangan Kuliner Sate Taichan Goreng sebagai Atraksi Wisata di Kota Bekasi."

## PERUMUSAH MASALAH

Adapun perumusan masalah yang akan diuraikan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apa saja atraksi wisata Sate Taichan Goreng?

Bagaimana strategi pengembangan Sate Taichan Goreng sebagai atraksi wisata di Kota Bekasi?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kuliner

Istilah kuliner di Indonesia dapat dikatakan baru terdengar gaungnya sejak tahun 2005 berkat "Wisata Kuliner", sebuah tayangan televisi yang meliput tempat-tempat makan unik atau sudah memiliki reputasi yang baik. Sejak saat itu, kata kuliner menjadi semakin populer dan menjadi sesuatu yang identik dengan mencicipi berbagai jenis makanan dan minuman. Di Indonesia belum ada sumber resmi yang menyatakan definisi dari kuliner, baik secara umum maupun dalam konteks ekonomi kreatif. Secara bahasa, kuliner diserap dari bahasa Inggris: *culinary*-memiliki arti sebagai sesuatu yang digunakan dalam memasak atau berkaitan dengan memasak.

Kuliner menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), yaitu kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan, dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

### Pengembangan Kuliner

Pada umumnya industri kuliner didefinisikan lebih ke arah pelayanan makanan dan minuman (*food service*). Hal ini karena pada area tersebut lebih dibutuhkan kemampuan dan keahlian kuliner seperti memasak berbagai menu makanan yang dilakukan di dapur dan kemudian menyajikannya di sebuah piring dengan penataan yang menggugah selera. Seiring perkembangan dunia kuliner, beberapa klasifikasi mulai memasukkan produk makanan hasil olahan atau

kemasan ke dalam ruang lingkup kuliner, yaitu untuk kategori specialty foods.

Berdasarkan The Specialty Food Association, Specialty Foods didefinisikan sebagai: Foods, beverages or confections meant for human use that are of the highest grade, style and/or quality in their category. Their specialty nature derives from a combination of some or all of the following qualities: their uniqueness, exotic origin, particular processing, design, limited supply, unusual application or use, extraordinary packaging or channel of distribution/sale, the common denominator of which is their unusually high quality". Atau dalam bahasa Indonesia: "Makanan, minuman, maupun permen/olahan gula untuk konsumsi manusia yang memiliki kelas, model, dan kualitas tinggi pada kelompoknya. Spesialisasi produk yang pada akhirnya menyebabkan produk-produk ini memiliki kualitas yang tinggi muncul dari kombinasi beberapa atau seluruh hal berikut: keunikannya, keeksotisan asal mulanya, kekhasan proses pembuatannya, desainnya, keterbatasan jumlahnya, ketidakumumannya penggunaannya, ketidakbiasaan cara pengemasannya, maupun ketidakbiasaan cara distribusinya".

### **Atraksi Wisata**

Menurut Yoeti (1996:172) menerangkan bahwa "Atraksi wisata merupakan sinonim dari pengertian entertainment, yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dengan melibatkan orang lain." Jadi atraksi wisata adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan.

### **Wisata Kuliner**

Istilah wisata kuliner pertama kali diperkenalkan oleh Lucy M. Long yang seorang akademis pada tahun 1998 untuk mengekspresikan idenya berbagi pengalaman budaya melalui makanan. Sejak saat itu International Culinary Tourism Association mengadopsi istilah "culinary tourism". Wisata kuliner adalah program yang mengangkat tema beragam makanan, khususnya yang disajikan warung-warung pinggir jalan dan berharga murah serta dipenuhi pelanggan. Istimewanya, tempat-tempat yang dikunjungi tersebar diseluruh pojok kota, kabupaten, kota propinsi atau Ibukota.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga (2003) wisata adalah berpergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, bertamasya). Sedangkan kuliner berarti masakan atau makanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner adalah perjalanan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungannya sebagai objek tujuan wisata. Wisata kuliner dapat ditemukan baik di daerah perkotaan maupun pedesaan dan selalu tersedia sepanjang tahun.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada penelitian ini, penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif dan juga menggunakan analisis SWOT yang bertujuan untuk mencari dan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis atau lisan dari orang berpengaruh dan kompeten dalam pengelolaan Taichan Goreng. Dan teknik pengumpulan data adalah data primer dan data sekunder, seperti observasi, wawancara, dokumentasi,

perpustakaan, dan internet. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berkunjung ke Kota Bekasi untuk menikmati Sate Taichan Goreng. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan Purposive Sampling.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Sate Taichan Goreng

Sate taichan adalah sate Jepang dan salah satu menu kuliner yang unik dan sedang hits di Senayan, Jakarta Pusat. Sate taichan menggunakan daging ayam yang sebelumnya sudah di potong kecil-kecil lalu ditusuk dengan sebuah bambu atau kayu dan langsung dibakar kemudian disiram dengan sambal cabai rawit merah. Walaupun sate taichan sebenarnya sudah ada sejak beberapa tahun lalu, namun semenjak kehadiran Sate Taichan Goreng milik selebgram Rachel Vennya dan Niko membuat nama sate taichan paling banyak dicari oleh masyarakat yang penasaran apa sebenarnya kelezatan sate taichan tersebut. Pada pertengahan tahun 2015, Niko Al-Hakim memiliki sebuah ide untuk mengembangkan sate taichan menjadi sebuah resto dengan variasi menu yang lebih variatif dan belum ada dimanapun. Ide awal sampai pengembangannya, Niko pun menggarap sendiri tetapi sang istri, Rachel membantu di sisi pemasarannya.

Pada bulan Mei 2016, mereka membuat resto pertamanya di Dago, Bandung dengan alasan mereka memiliki beberapa teman dari luar kota yang hobi makan sate taichan kalau sedang di Jakarta. Jadi founder tersebut ingin membuka resto pertama di Bandung. Berkat antusias positif dari penikmat kuliner, saat ini tercatat sudah 6 cabang yang di buka, yaitu di

Tebet, Bandung, Harapan Indah, Malang, Galaxy, dan Palembang hanya dalam waktu 8 bulan.

Peneliti sendiri memilih objek di Harapan Indah, Bekasi karena ingin membuka lebar seluk beluk dan kuliner yang terdapat di Bekasi, yang bukan hanya dijadikan kaum urban dan sentra bisnis.

Menu yang ditampilkan pun menggugah selera, seperti taichan wings, aglio olio taichan, sate taichan ayam paha, sate usus, sate telur puyuh, sate kulit, sate kikil, sate kerang, sate udang, sate cumi-cumi, serta ramyeon.

### Atraksi Wisata Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi

Di Kota Bekasi wisata kuliner berperan dalam perkembangan pariwisata kuliner, karena suatu obyek wisata akan terasa jenuh dan kurang menarik apabila dalam suatu obyek wisata tersebut tidak di dukung oleh suatu tempat untuk menikmati makanan khas daerah atau khas nusantara. Akan tetapi dengan seiring majunya zaman dan beranekaragam bentuk makanan modern, maka para pelaku wisata kuliner di Kota Bekasi juga mulai mengembangkan makanan khas Kota Bekasi dan mempunyai trik-trik sendiri agar dapat bersaing dengan makanan modern dan diberi pengarahannya oleh pemerintah tentang cara mengembangkan dan pengemasan agar makanan khas Kota Bekasi dapat bersaing dengan makanan modern yang ada pada saat ini.

Masyarakat dan wisatawan merupakan faktor yang sangat penting menjadi dalam rencana pengembangan suatu tempat wisata. Persepsi dan pendapat mereka menjadi pertimbangan dalam menyusun perencanaan atau kebijakan-kebijakan. Persepsi masyarakat dan wisatawan menunjuk adanya aktifitas mengindera, menginterpretasi, dan memberi penilaian terhadap obyek fisik maupun sosial. Penginderaan ini tergantung pada stimulus

fisik maupun sosial dan lingkungannya. Dengan demikian secara ringkasnya persepsi dikatakan menyangkut penilaian terhadap suatu obyek. Dalam penelitian ini penilaian diberikan oleh pengunjung pada wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi.

Suatu atraksi wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya. Syarat-syarat tersebut adalah:

**What to see**

Ditempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “entertainment” bagi wisatawan. What to see disini meliputi bisa melihat membakar satenya tersebut.

**What to do**

Ditempat tersebut selain dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas penunjang yang dapat membuat pengunjung merasa nyaman ditempat tersebut.

**What to buy**

Tempat kuliner tersebut yang bisa dibeli hanyalah menu makanannya itu untuk dinikmati.

**What to arrived**

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi tempat kuliner tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuannya tersebut.

**What to stay**

Bagaimana pengunjung akan tinggal untuk sementara dan diperlukan penginapan-penginapan, baik hotel berbintang atau hotel non berbintang.

**Deskripsi Hasil Survey**

Karakteristik pengunjung terhadap kuliner Sate Taichan yang berkunjung ke Kota Bekasi berbeda-beda. Berdasarkan

100 kuesioner yang disebar diperoleh karakteristik pengunjung sebagai berikut:

**Karakteristik pengunjung (responden) berdasarkan jenis kelamin**

Dari sisi jenis kelamin responden yang berkunjung ke Sate Taichan Goreng antara lain laki-laki dan perempuan, diperoleh data yang dapat dilihat pada tabel dan gambar sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: diolah dari data

**Karakteristik pengunjung (responden) berdasarkan usia**

Dari segi usia responden yang mengunjungi Sate Taichan Goreng yang dijadikan sampel dan mengisi angket, diperoleh data yang dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut:

Tabel 2 Karakteristik pengunjung berdasarkan usia

Usia	Jumlah	%
< 18 tahun	12	1
18 – 25 tahun	58	5
> 25 tahun	30	3
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>1</b>

Sumber: diolah dari data

Berdasarkan tabel dan diagram diatas, dari rentang usia 18 tahun hingga diatas 50 tahun dan yang paling banyak berkunjung adalah berusia 18-25 tahun yaitu 58% atau 58 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang berkunjung terbanyak pada usia remaja dan dewasa.

a. Karakteristik pengunjung (responden) berdasarkan jenis pekerjaan

Dari sisi jenis pekerjaan responden yang mengunjungi Sate Taichan Goreng yang dijadikan sampel dan mengisi kuesioner berdasarkan jenis pekerjaan antara lain pelajar atau mahasiswa, karyawan swasta dan wiraswasta. Diperoleh data yang dapat dilihat pada tabel dan gambar dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: diolah dari data

Pengunjung berdasarkan tabel dan gambar diatas diperoleh data bahwa pekerjaan yang paling dominan adalah karyawan swasta sebesar 50% atau 50 orang.

b. Karakteristik pengunjung (responden) berdasarkan domisili

Dari sisi domisili responden yang mengunjungi Sate Taichan Goreng yang dijadikan sampel dan mengisi kuesioner antara lain dari Kota Bekasi dan di luar Bekasi. Data tersebut dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut:

Tabel 4. Karakteristik pengunjung berdasarkan domisili

Domisili	Jumlah	%
Jakarta	30	30%
Tangerang	10	10%
Bekasi	50	50%
Lainnya	10	10%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: diolah dari data

Berdasarkan tabel dan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang berkunjung asli dari Kota Bekasi dengan prosentase sebesar 50% atau 50 orang.

Strategi pengembangan Sate Taichan Goreng sebagai atraksi wisata kuliner di Kota Bekasi

Wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi diproyeksikan sebagai pusat jajan yang diharapkan ramai orang membeli. Dari para pengunjung yang dijadikan informan menyatakan bahwa wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi sangat layak jika dikembangkan sebagai tujuan wisata kuliner, hanya saja mereka memberikan beberapa catatan yang berupa saran dan harapan yang perlu diperhatikan dalam perencanaannya.

Saran dan harapan tersebut antara lain harga dibuat tidak terlalu mahal, promosi harus gencar. Jadi potensi yang ada sangatlah mendukung, hanya saja perlu dilakukan pembenahan.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi, upaya yang sudah dilakukan yaitu membuat promosi melalui media sosial dikarenakan pemilik tersebut seorang selebgram yaitu orang atau artis yang terkenal di media sosial instagram yang diharapkan banyak perhatian atau disukai oleh teman-teman dan pengguna instagram lainnya. Banyak kendala atau permasalahan yang dihadapi pengelola dalam upayanya mendatangkan pengunjung sebanyak-banyaknya dan menjadikan wisata kuliner

Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi sebagai pusat jajan yang ramai antara lain:

Makin banyaknya usaha atau pedagang pedagang kecil sate taichan.

Lokasi yang cukup jauh bagi pengunjung diluar Bekasi.

Dalam upaya mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, pihak pengelola sudah melakukan berbagai langkah. Langkah-langkah tersebut antara lain:

Memperbanyak variasi menu yang berbeda dari yang lain, dan kemungkinan tidak ada di pedagang sate taichan lainnya.

Membuat promosi atau aktif dalam media sosial.

Pihak pengelola mempunyai rencana yang akan dilaksanakan padamasamasa mendatang antara lain menambah fasilitas atau sarana dan prasarana, meningkatkan promosi, serta membuka cabang lebih banyak. Upaya untuk dapat mendatangkan pengunjung berkunjung ke Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi membutuhkan kerjasama terintegrasi antar instansi pemerintah, maupun masyarakat. Tempat ini diproyeksikan sebagai salah satu ikon pariwisata Kota Bekasi, namun keberadaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum dilibatkan dalam pengelolaannya. Padahal untuk pengembangan wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi seharusnya ada kerjasama dan koordinasi yang terintegrasi antar dinas di lingkungan pemerintah Kota Bekasi agar proyek yang menggunakan anggaran Pemerintah Daerah dapat berhasil.

Dalam mengembangkan wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi sebagai tujuan wisata kuliner dibutuhkan strategi-strategi yang tepat. Strategi-strategi yang bisa ditempuh tersebut antara lain:

Meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung di Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi.

Membuka cabang lebih banyak.

Berdasar penjarangan data mengenai asal informasi, mayoritas pengunjung menyatakan mereka di ajak teman atau saudara dan merasa penasaran dengan makanan tersebut. Namun sesudah sampai di tempat tersebut mereka kecewa karena situasi yang sangat ramai dan merasa kepanasan. Hal itu membuktikan bahwa promosi yang paling efektif adalah dari mulut ke mulut (word to mouth), yaitu pengunjung yang datang terlebih dahulu akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain sehingga orang lain tersebut tertarik dan juga akan datang berkunjung.

Langkah yang harus ditempuh oleh pengelola untuk meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pada Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi antara lain:

Menyajikan makanan yang berkualitas baik dari rasa, aroma, warna, variasi menu, standard porsi, dan penyajian.

Menjaga kualitas pelayanan yang baik, yaitu penampilan pelayan, keramahan, kecepatan dan ketepatan atau keterampilan dalam melayani pengunjung.

Standar harga yang ditetapkan sesuai dengan yang didapatkan pengunjung.

Menciptakan suasana atau atmosphere penampilan tempat meliputi keindahan, dekorasi ruang, kebersihan, pengaturan meja dan kursi, sehingga pengunjung merasa nyaman.

Menjamin keamanan pengunjung dari tindak kejahatan dengan cara menyediakan tempat parkir yang dijaga dengan baik, serta menjaga keamanan lingkungan di sekitar.

## PEMBAHASAN

Lingkungan yang dihadapi oleh kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi terdiri dari lingkungan eksternal yang sulit dikendalikan. Termasuk didalamnya adalah adanya ancaman dan peluang usahayang muncul dari pihak lain. Disamping itu kuliner ini juga mempunyai lingkungan

internal yang dapat menghadapi ancaman tersebut, sekaligus dapat meraih peluang yang muncul. Lingkungan internal ini lebih dapat dikendalikan dibandingkan dengan lingkungan eksternal sebelumnya. Yang termasuk didalamnya adalah kekuatan dan kelemahan yang ada pada kuliner Sate Taichan Goreng itu sendiri.

Lingkungan internal, terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan yang dimiliki kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi adalah sebagai berikut:

- Rasa masakan yang khas dan cocok dengan selera banyak orang
- Banyak variasi menu atau jenis makanan yang ditawarkan
- Tingginya minat pengunjung yang ingin berkunjung ke Kota Bekasi
- Kelemahan yang juga dimiliki oleh kuliner tersebut adalah:
- Harga yang sedikit mahal.
- Sistem antriannya tidak teratur.
- Lokasi yang cukup jauh dari pengunjung yang berasal dari Jakarta

Lingkungan eksternal, terdiri dari peluang dan ancaman yang mungkin diraih oleh kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi adalah:

- Semakin meningkatnya pengunjung, membuat pemilik membuka cabang lebih banyak.
- Semakin banyaknya orang mengenal Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi karena adanya promosi di instagram yang pemiliknya pun seorang selebgram yang banyak disukai orang.
- Adanya dukungan pemerintah untuk melakukan pengembangan wisata kuliner di Bekasi.
- Semakin berkembangnya wisata kuliner

Sedangkan ancaman yang sedang menghadang kuliner tersebut adalah:

- Daya tarik Sate Taichan Goreng belum begitu mendominasi.

- Bermunculannya produk-produk kuliner lainnya yang dapat menggeser Sate Taichan Goreng.

Berdasarkan Matriks SWOT dapat dipahami bahwa pengembangan wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi berada pada posisi Strengths Opportunity (SO). Karena menciptakan strategi untuk memanfaatkan peluang yang ada, sehingga akan memberikan dampak positif terhadap pengembangan wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi. Agar pengembangan wisata kuliner Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi mampu menjadi tuan rumah sendiri, maka perlu dilakukan program pengembangan, baik bagi pihak pengolah makanan Sate Taichan Goreng di industri pariwisata maupun pada pihak pemerintah.

Program tersebut seperti :

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasa masakan yang khas dan cocok dengan selera banyak orang</li> <li>- Banyak variasi menu atau jenis makanan yang ditawarkan</li> <li>- Tingginya minat pengunjung yang ingin berkunjung ke Kota Bekasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga yang sedikit mahal.</li> <li>- Sistem antriannya tidak teratur</li> <li>- Lokasi yang cukup jauh dari pengunjung yang berasal dari Jakarta</li> </ul>
Opportunities (O)	Strategi Strengths Opportunity (SO)	Strategi Weaknesses (WO)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum ada persaingan</li> <li>- Kebijakan pemerintah memperkenalkan Sate Taichan dari segi kuliner.</li> <li>- Perlu dikembangkan jenis makanan tradisional.</li> <li>- Mempromosikan Kota Bekasi khususnya daerah terpencil yang terikat dengan produk lokal.</li> <li>- Memiliki ciri khas tersendiri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempertahankan sate taichan goreng</li> <li>- Mempertahankan kualitas makanan sate taichan goreng</li> <li>- Membuka lapangan kerja bagi yang membutuhkan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kepedulian</li> <li>- Meningkatkan mutu produk makanan sate taichan goreng</li> </ul>
Threats (T)	Strategi Strength Threats (ST)	Strategi Weakness Threats (WT)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bermunculannya produk-produk kuliner lainnya</li> <li>- Perkembangan jumlah pengunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekerja sama antara pihak pengelola dengan pemerintah serta instansi lainnya</li> <li>- Meningkatkan image, kualitas, dan keamanan makanan sate taichan goreng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengontrol harga bahan lokal.</li> <li>- Menjaga kualitas makanan sate taichan goreng di Kota Bekasi</li> </ul>

Perlu dilakukan program pengembangan dalam rangka untuk memafaatkan kekuatan dan peluang yang ada di antaranya adalah:

Adaptasi menu

Pengembangan produk atau kreasi menu restoran sebaiknya dimulai atau diakhiri berdasarkan pada keinginan atau pendapat konsumen. Terdapat berbagai macam bentuk adaptasi menu yang dapat dilakukan seperti menawarkan menu paket dengan menampilkan menu utama.

#### Promosi di media massa

Dalam hal ini, perlu melibatkan media massa dan para pelaku bisnis untuk menulis semacam artikel mengenai berbagai jenis makanan Sate Taichan Goreng yang ada di Kota Bekasi. Semua jenis makanan tradisional yang ada di Kota Bekasi masing-masing memiliki latar belakang tersendiri. Selain itu, perlu bantuan dari media untuk melakukan kerja sama dengan pihak pengelola agar dapat dipromosikan jenis-jenis makanan tradisional yang ada.

#### Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia diakui sebagai salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata karena sebagai salah satu industri jasa, sikap dan kemampuan staf akan berdampak krusial terhadap pelayanan pariwisata yang diberikan kepada wisatawan yang secara langsung akan berdampak pada kenyamanan, kepuasan, dan kesan atas kegiatan wisata yang dilakukannya. Kualitas sumber daya manusia sangat penting dalam meningkatkan kemampuan dan profesionalisme, pemerintah perlu untuk memberikan pelatihan khusus yang terampil dalam bidang industri pariwisata.

#### Membuka pasar

Pasar adalah tempat yang mempunyai unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politik dan lain-lain, tempat pembeli dan penjual (atau penukar tipe lain) saling bertemu untuk mengadakan tukar-menukar. Dalam hal ini belum tersedianya pasar tradisional yang secara khusus menawarkan produk-produk sate taichan goreng dan berbagai jenis makanan tradisional yang ada di Kota Bekasi.

Kreatif dalam mengolah sebuah makanan

Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk mencipta yang ditandai dengan originalitas dalam berekspresi yang bersifat imajinatif. Meningkatkan mutu kualitas makanan Sate Taichan Goreng serta dapat bersaing dengan makanan lainnya maka sebagai pemilik sate taichan goreng harus mampu dalam mengkreasikan sebuah menu yang dapat menarik minat pengunjung. maka dari itu para pelaku dan mampu menciptakan sebuah menu khususnya menu lokal agar dapat bersaing dengan makanan lainnya.

## SIMPULAN

Dari informasi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata dari kuliner Sate Taichan Goreng yaitu what to see meliputi bisa melihat cara membakar satenya tersebut, what to do dengan adanya fasilitas yang ada dan mencicipi banyaknya pilihan menu yang ditawarkan, what to buy meliputi jenis makanannya itu sendiri, what to arrived meliputi kendaraan yang digunakan bisa menggunakan kendaraan pribadi dan jarak tempuh jika dari Jakarta memakan waktu kurang lebih satu jam, dan what to stay terdapat penginapan atau hotel-hotel kecil yang ada di sekitar tempat tersebut.

Diperlukan strategi pemasaran yang lebih cocok untuk memasarkan Sate Taichan Goreng dan dukungan banyak pihak terutama pemerintah Kota Bekasi. Pemerintah Kota Bekasi dapat mendesain program pengembangan bagi wisata kuliner di Kota Bekasi. Serta melakukan strategi pengembangan membuka cabang lebih banyak khususnya di Jakarta, meningkatkan sarana dan prasarana yang ada serta meningkatkan kenyamanan, kepuasan dan keamanan pengunjung tersebut.

Terkait dengan analisis SWOT terhadap pengembangan makanan Sate Taichan Goreng di Kota Bekasi, khususnya

Kota Bekasi menunjukkan bahwa posisi makanan sate taichan goreng berada pada posisi Strengths-Opportunity (SO). Maka, perlu dilakukan program pengembangan dalam rangka untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada di antaranya adalah: adaptasi menu, melibatkan media masa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, membuka pasar tradisional, dan kreatif dalam mengolah sebuah makanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. Edisi Revisi 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Penerbit Angkasa
- Alwi. (2001). Kamus Besar Bahasa Indonesia Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Balai Pustaka
- Arikunto (2006). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- Hisyam. (1998). Analisa SWOT Sebagai Langkah Awal Perencanaan Usaha. Makalah. Jakarta: SEM Institute
- Irianto, Kus. (2004). Gizi dan Pola Hidup Sehat. Bandung: CV. Yrama Widya
- Judarwanto. (2008). Perilaku Makan Anak Sekolah. Direktorat Bina Gizi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi. (Mei-Juni 2014). Focus Group Discussion Subsektor Kuliner
- Lazuradi, Mandra & Mochamad Sandy Triady. (2015). Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019. Jakarta: PT. Republik Solusi
- Margono. (2007). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Mariana. (2006). Widya Karya Nasional Pangan dan Gizi. Ketahanan Pangan dan Gizi di Era Otonomi Daerah dan Globalisasi. Jakarta: LIPI
- Pendit, Nyoman S. (1994). Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pendit, Nyoman S. (2005). Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita
- Rangkuti, Freddy. (2008). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Edisi 15. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 (2009) Tentang Kepariwisata
- Wolf, Erick (2006). Culinary Tourism: The Hidden Harvest. Kendall/Hunt Publishing