

## STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI BENGKONG KOTA BATAM

Rezki Alhamdi

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

rezki@btp.ac.id

### ABSTRACT

Wisata kuliner saat ini menjadi hal yang cukup menjadi serius oleh pemerintah daerah. Kota Batam merupakan kota yang mempunyai berbagai jenis objek wisata, salah satunya adalah wisata kuliner. Wisata kuliner yang cukup berkembang saat ini adalah wisata kuliner Bengkong. Wisata kuliner Bengkong menyajikan beragam jenis makanan baik makanan dan jajanan nusantara maupun jajanan dan makanan yang berasal dari luar negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi wisata kuliner Bengkong Batam serta melakukan analisis untuk mendapatkan strategi pengembangan kedepannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengelolaan wisata kuliner Bengkong, Batam mempunyai beberapa potensi yang dapat dikembangkan serta beberapa kekurangan yang bisa diperbaiki untuk mendapatkan hasil yang terbaik untuk pengembangannya kedepan.

**Keywords:** wisata, wisata kuliner, Batam

### ABSTRACT

Culinary tourism is currently a matter of considerable concern to the local government. Batam city is a city that has various types of tourist objects, one of which is culinary tourism. Culinary tourism that is quite developed at this time is Bengkong culinary tourism. Bengkong culinary tourism serves various types of food, both Indonesian food and snacks and food originating from abroad. This study aims to determine the potential for culinary tourism in Bengkong Batam and to conduct an analysis to start future development. This study uses a quantitative method of analysis method that is used is the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The results of this study explain that the management of culinary tourism in Bengkong, Batam has great potential that can be developed and some deficiencies that can be corrected to get the best results for future development.

**Keywords:** tourism, culinary tourism, Batam

### PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 awal covid 19 masuk ke Indonesia. Pada saat itu semua kegiatan mengalami gangguan seperti bisnis, pendidikan dan beberapa sektor lainnya. Semua kegiatan harus menyesuaikan dengan keadaan dan kebijakan pemerintah yang menerapkan protokol kesehatan yaitu memakai masker, jaga jarak setiap orang dan mencuci tangan[1]. Saat ini di tahun 2022 sudah di temukan dan di berikan kepada masyarakat Indonesia, maka mulailah keadaannya berangsur baik dan pulih meskipun tidak sepenuhnya pulih. Banyak bisnis pulih dan sekolah-sekolah mulai diizinkan untuk melakukan aktifitasnya. Banyak kota-kota sudah melakukan aktifitas secara normal salah satunya adalah kota Batam.

Kota Batam merupakan kota yang berada dekat dengan negara Singapura dan Malaysia sehingga banyak aktifitas ekonomi yang ada di Batam dikarenakan keuntungan geografisnya. Kota Batam mempunyai aktifitas ekonomi yang terjadi karena mempunyai kawasan industri mulai dari memproduksi elektronik, tekstil dan lainnya. Selain industri kota Batam juga terkenal akan objek wisatanya, dan simbol

pariwisata kota Batam adalah jembatan barelang. Jembatan ini menghubungkan antara pulau satu dengan pulau yang lain yang ada di wilayah Batam.

Wisatawan lokal atau wisatawan mancanegara yang datang ke Batam dapat memilih jenis objek wisata sesuai dengan minat, karena Batam mempunyai cukup banyak jenis objek wisata seperti wisata alam, wisata belanja, wisata edukasi, dan juga wisata kuliner. Wisata kuliner di Batam cukup banyak, wisatawan dapat menikmati makanan lokal asli dari Batam seperti gonggong yang merupakan masakan yang bahan dasarnya keong laut, otak-otak serta mie tarempak. Sedangkan untuk masakan yang berasal dari luar negeri seperti Jepang, Korea atau Turki biasanya dapat di jumpai di mall dan cafe-cafe yang ada di kota Batam. Salah satu lokasi wisata kuliner yang terkenal dan banyak menyediakan berbagai jenis makanan adalah wisata kuliner Bengkong.

Wisata kuliner Bengkong menyediakan berbagai makanan dan jajanan kuliner yang enak dan menarik. Beberapa jenis makanan yang disajikan di bakso, sate, ayam penyet, mie goreng, bakso bakar. Bisnis kuliner secara khusus berkembang dengan baik banyak kafe

dan restoran yang ada saat ini berlomba memberikan makanan dan minuman dengan sajian yang menarik serta tempat yang nyaman untuk bersantai. Wisata kuliner bengkok merupakan foodcort atau wilayah yang di khususkan untuk pedagang makan dan minuman berjualan di sepanjang area tersebut. Selain dari makanan dan minuman penjual makanan dan minuman tersebut melakukan dekorasi atau penataan pada warung makannya semenarik mungkin baik mulai dari warnanya, desain tempat makannya hingga pencahayaannya. Hal ini membuat masyarakat baik di wilayah bengkok atau di luar bengkok datang untuk menikmati makanan dan minuman yang di sajikan.

Hal yang menarik di sajian dibengkok adalah terdapat beberapa danau yang ada di bengkok sehingga beberapa warung dan cafe yang ada memberikan view danau yang indah.

### **Makanan dan produk**

Banyak trend makanan yang bermunculan hal ini juga merupakan inovasi yang di laukan oleh pebisnis-pebisnis kuliner(Safira, 2013) yang ada di kota batam. Trend ini tidak terlepas dari pengaruh-pengaruh dari berbagai informasi yang di dapatkan dari internet yang menjadi inspirasi untuk membuat makanan yang menjadi favorit. Tidak hanya makanan indonesia namun juga ada dari berbagai negara seperti korea, india dan beberapa negara lainnya. Saat ini kuliner tidak hanya di anggap sebagai pemenuhan kebutuhan tubuh saja namun sebagai gaya hidup untuk dapat mendapatkan pengalaman dari pergi ke tempat pusan makanan di sajikan. Makanan merupakan hal yang penting untuk masyarakat nikmati[2]. Potensi wisata kemudian dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata. Objek wisata sendiri adalah sesuatu yang dapat dilihat dan disaksikan tanpa disiapkan terlebih dahulu, contohnya pemandangan alam, pantai, danau, gunung dan sebagainya, sedangkan atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui pertunjukan (Putri and Irfandi, 2019)

### **Wisata kuliner**

Wisata kuliner merupakan suatu kunjungan ke stau tempat yang menghasilkan adatau tempat berkumpulnya produsen makanan seperti contoh foodcost, festival makanan, restoan amupun lokasi-lokasi tertentu(Safira, 2013). Di wisata kuliner tersebut wisatawan dapat memilih dan menikmati makanan sesuai dengan selera mereka masing-masing. Wisata kuliner sendiri merupakan jenis wisata yang tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dengan memakan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, melainkan juga mendapatkan pengalaman menarik dengan memakan dan memasak aneka ragam makanan khas tiap daerah(Kristiana, Suryadi and Sunarya, 2018).

### **Menu**

Menu merupakan susunan makanan dan minuman yang di sajikan oleh restoran atau cafe untuk memberikan informasi mengenai makanan dan minuman yang dapat di sajikan ke tamu yang akan datang. Pada umumnya menu berupa kertas, papan dan pada saat pandemi ini dalam bentuk barkode yang di bisa di scan melalui ponsel pengunjung(Safira, 2013)

### **Harga**

Harga merupakan nilai yang harus di bayar untuk dapat menikmati apa yang ada. Menu pada umumnya di ada tertera harga. Peter dan Olson (2008:28) persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami

seluruhnya oleh konsumen itu sendiri. Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, dan harga yang rendah. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada keputusan dalam pembelian.

### **Pelayanan**

Pelayanan merupakan kegiatan interaksi antara karyawan dengan pelanggan(Safira, 2013). Menurut Tjiptono ada sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan. Kesepuluh faktor tersebut adalah reliability, responsiveness, competence, accessibility, courtesy, communication, credibility, security, understanding/knowing the customer, dan tangibles. Perkembangan selanjutnya, sepuluh dimensi di atas dapat disederhanakan menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (service quality) yang terdiri dari bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy)(Alana and Putro, 2020). Elemen kualitas pelayanan berdasarkan (Azliansyah, Margaretha and Sinaga, 2020) sebagai berikut:

a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang. Dapat juga dikatakan bahwa

kualitas itu adalah suatu kepuasan pelanggan yang diperolehnya dari produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi keinginannya sehingga timbul suatu pandangan positif. Tingkat kualitas tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan

strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Massie, Kindangan and D.Palandeng, 2016).

Menurut Kotler (2001) bahwa unsur pokok untuk mengukur service adalah :

1. Kehandalan, yakni ketepatan, kecermatan, dan kecepatan dalam melayani.

2. Ketanggapan, yakni Kemampuan perusahaan dalam menghadapi permasalahan yang timbul, serta ketersediaan dalam menerima setiap keluhan berupa kritik dan saran.

3. Keyakinan, yakni Penetapan produk yang sesuai dan bertanggung jawab atas keamanan dan keselamatan pelanggan.

4. Empati, yakni memberikan perhatian khusus kepada konsumen dalam proses pembelian dan menyajikan informasi yang diperlukan konsumen.

5. Wujud, yakni tersedianya sarana pendukung seperti alat penyejuk ruangan, tempat parkir, ruangan yang cukup memadai, dan lain sebagainya.(Massie, Kindangan and D.Palandeng, 2016)

### Promosi

Saat ini media sosial memberikan akses yang luas untuk pengusaha kuliner dan calon pelanggan untuk menaptkan informasi mengenai makanan apa yang tren makan apay yang dapat di nikmati dan lokasi saat ini(Widowati, 2020). Promosi yang merupakan kegiatan pemasaran adalah untuk memberitahukan kepada konsumen akan tersedianya barang serta meyakinkan konsumen agar membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Adanya pemberitahuan tersebut diharapkan timbulnya suatu keyakinan terhadap adanya pertukaran di dalam pemasaran. Pertukaran inilah yang diharapkan para pemasar, sehingga perlu diadakan promosi terhadap barang-barang yang dipasarkan(Azliansyah, Margaretha and Sinaga, 2020)

### METODE

Adapun metode penelitian dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan metode kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara. Adapun teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan.

### PEMBAHASAN

Makanan yang disajikan pada kawasan makanan di bengkong menyajikan yang sering di jumpai pada makanan di tempat lain seperti bakso, sate, ayam penyat dan lainnya sehingga wisatawan yang akan menikmati makanan yang biasanya di makan di

tempat lain. Kawasan kuliner bengkong berupa di padat penduduk sehingga akses mudah di jangkau oleh masyarakat.

### 1. Potensi

Kawasan kuliner bengkong merupakan salah satu kawasan kuliner yang ada di kota batam. Seperti kawasan kuliner tiban center, kawasan batu aji dan beberpa kawasan kuliner lainnya. Kawasan kuliner bengkong menyajikan berbagai jenis makanan nsantara dan juga luar negeri. Berbagai jenis olehan nasi, olehan mie, bakso serta minuman di sajikan di kawasan kuliner bengkong ini. Wisata kuliner bengkong sudah dikelola dengan baik

### 2. Evaluasi faktor Internal

#### A. Kekuatan

Wisata kuliner yang ada di bengkong mempunyai jenis makanan dan minuman yang di sukai usia mudah sehingga masyarakat yang datang menimatik makanan dan minuman yang tergolong di sukai masyarakat. Salain itu jga kafe dan tempat makan di wisata kuliner bangkong membuan dekorasi serta tampilan cafe yang menandrik sehingga masyakata juga senang untuk duduk sambil menikmati makanan yang di sajikan. Tempat wisata kuliner bangkong juga berada di lokasi yang indah yaitu berada di dua danau kecil yang indah untuk di nikmati, di danau tersebut juga tersedia wahana permainan air yang bisa di coba seperti *surfing* dengand i tarik menggunakan tali dari atas. Pengelolaan wisata kuliner bengkong sudah berjalan dengan baik. hal ini dengan di buat penetaan toko-toko yang bertata dengan baik (Lebu, Wenas and Mandey, 2019).

#### B. Kelemahan

Wisata kuliner bengkong tergolong bersih di objek wisata. tidak banyak di temukan sampah yang ada di obje wisata ini. Namun ketika wisatawan makan di bengkong ini tidak banyak di temukan tempat samha untuk membuang sampah di tempat. Banyak makanan yang di sajikan menggunakan wadah sekali pakai yang terbuat dari plastik dan steroform hal ini cukup membuat lingkungan menjadi tidak bersih.

Objek wisata kuliner bengkong merupakan objek wisata dengan lokasi di luar ruangan. Hal ini mempunyai resiko yang cukup besar karen ajika musim hujan obej wisata ini akan mengganggu wsaiatawan yang menikmati kuliner sehingga di butuhkan tempat untuk berteduh atau area untuk menikmati makanan meskipun pada saat hujan di lokasi tersebut.

#### c. Peluang

saat ini remaja dan deswa membutuhkan tempat bersantai dan berkumpul baik bersama teman atau [un

keluarga sambil menikmati makanan, sehingga banyak yang akan manakn dan menikmati watu santai bersama. Hal ini menjadi peluang yang harus di dapatkan untuk wisata kuliner bengkong berkembang ke depan semakin baik.

selain itu lokasi wisata kuliner bengkong berada di dekat rumah penduduk yang cukup ramai, serta di sekitat wisata kuliner mempunyai bangunan-bangunan toko. Serta pembangunan toko dan ruko baru yang akan di bangun di sekitat lokasi. Sehingga lokasi ini akan berkembang lebih besar lagi.

#### d. Ancaman

ancaman yang ada berasal dari lokasi-lokasi wisata kuliner yang lain yaitu beberapa seperti wisata kuliner di tiban, batu aji dan beberapa yang lain. Sehingga objek wisata wisata harus berbedah untuk sehingga wisatawan yang datang merasa nyaraman akan mekana di obje wisata tersebut.

Untuk dapat mengembangkan objek wisata ini maka di butuhkan analisis swot untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari mengakategorikan beberapa hal dari kawasan wisata kuliner bengkong ini. Adapun analisis swot tersebut:

1. Kekuatan (strengths)
  - a. Banyak jenis makanan yang di sajikan di kawasan wisata kuliner bengkong.
  - b. Menyajikan makanan nusantara dan juga luar negeri.
  - c. Lokasi terletak di dekat danau sehingga mempunyai pemandangan ketika menyantap kuliner di bangkong.
  - d. Mempunyai beragam jenis makanan yang di sajikan.
  - e. Berada di danau buatan untuk pemandangan dari kawasan kuliner.
2. Kelemahan (weaksness)
  - a. Sulit menemukan akses tempat sampah.
  - b. Ketika hujan, wisata kuliner tidak ada tempat berteduh.
3. Peluang (oportunities)
  - a. Saat ini wisata kuliner menjadi tempat santai usia muda untuk menghabiskan waktu malam mereka.
  - b. Berada di dekat perumahan padat penduduk yang akses dekat dengan wiata kuliner bengkong.
4. Ancaman (threats)
  - a. Beberapa kawasan wisata kuliner mulai melakukan perbaikan sehingga dapat mengurangi jumlah kunjungn ka wisata kuliner bengkong.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, strategi dapat dikembangkan sebagai dasar dalam pengembangan wisata kuliner di Bengkong Kota

batam. Empat pertimbangan strategi yang disarankan, yaitu strategi S-O (strength-opportunity), strategi W-O (weakness-threat), strategi S-T (strength- threat) dan strategi W-T (weakness-threat): 1.

1. Startegi S-O
  - a. Tetap mempertahankan sajian makanan baik itu makanan tradisional, makanan kekinian maupun makanan yang berasal dari luar negeri.
  - b. Selalu membeikan ruang untuk pedagang untuk berkrrerasi mengenai makanan maupun dekorasi tempat agar pengunjung yang datang tidak merasa bosan.
  - c. Memberikan event-event yang menarik baik seperti hiburan dan lomba untuk membeirkan hal yang baru kepada pengunjung.
2. Startegi W-O
  - a. Kepada pengelola wisata kuliner bengkong batam agar menyediakan tempat sampah di setiap tempat agar mudah di temui oleh masyarakat agar dapat masyarakat membuang tempat sampah baik bersal dari makanan atau miunuman.
  - b. Di berikan tempat untuk wisatawan berteduh baik di lokasi khusus maupun di tempat makan yang ada di bengkong.
3. Startegi S-T
  - a. Memberikan promosi yang dapat dilakukan untuk memperluas penduduk batam lebih mengenal objek wisata kuliner bengkong.
  - b. Memberikan hiasan-hiasana yang menarik di sepanjang jalan, yang menarik perhatian pengnjung.
4. Strategi W-T
  - a. Memperbaiki tata kelola serta fasilitas umum yang membuat tamu merasa nyaman untuk berkunjung dan menikmati makanan di wisata kuliner

#### SIMPULAN

Wisata kuliner merupakan salah satu wisata yang banyak di kembangkan di kota-kota besar. Salah satu kota yang serius dalam pegembangan wisata kuliner adalah Kota Batam. Ada banyak pusat kuliner yang ada di Kota Batam seperti ada di Tiban, Batu Aji, Nagoya dan Bengkong. Saat ini kuliner di Bengkong cukup berkembang pesat hal ini terbukti dengan banyaknya jenis makanan yang di sajikan serta tidak pernah sapi dari dari pengunjung yang datang untuk menikmati makanan. Hal ini lah yang diteliti untuk dapat mengembangkan objek wisata ini lebih baik dan lebih berkembang serta menganalisis

## DAFTAR PUSTAKA

Alana, P. R. and Putro, T. A. (2020) 'Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek', *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, pp. 180–194. Available at: <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>.

Azliansyah, T., Margaretha, R. and Sinaga, D. (2020) 'Pengaruh Promosi Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Istana Maimun Medan', *Jurnal Prointegrita*, 4(1), pp. 185–200. Available at: <https://ekbis.sindonews.com>.

Kristiana, Y., Suryadi, M. T. and Sunarya, S. R. (2018) 'Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). doi: 10.31294/khi.v9i1.3604.

Lebu, C. F. K., Wenas, R. S. and Mandey, S. L. (2019) 'Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), pp. 5505–5513.

Massie, S. P., Kindangan, P. and D.Palandeng, I. (2016) 'Quality Of Service To Customer Satisfaction of Sumaru Endo Tourism Object Remboken', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), pp. 86–97.

Putri, L. T. and Irfandi, N. (2019) 'Analisis Daya Tarik Wisata Kuliner Malam (WKM) terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru', *Ikraith Ekonomika*, 2(2).