

# IDENTIFIKASI POTENSI *GASTRONOMY TOURISM* DI KOTA MALANG

Shabrina Amalia Ghassani<sup>1</sup>

<http://doi.org/10.5614/wpar.2022.20.2.03>

Diserahkan : 19 Desember 2022

Diterima: 28 Desember 2022

Diterbitkan: 30 Desember 2022

Perkembangan makanan dan minuman yang ada pada suatu daerah tidak lepas kaitannya dengan destinasi wisata yang ada pada daerah tersebut dan potensi untuk pengembangan lebih lanjut menjadi wisata kuliner atau bahkan *gastronomy tourism*. Kota Malang sebagai destinasi wisata memberikan pengaruh pada perkembangan makanan dan minuman yang diolah dan menjadi komoditas perdagangan. Kuliner Kota Malang memiliki kekhasan tersendiri dan banyak tempat makan yang telah berdiri sejak berpuluh tahun lamanya. Keterkaitannya dengan banyak destinasi wisata yang ada di Kota Malang memberikan potensi untuk pengembangan *gastronomy tourism*, ditambah dengan nilai historis yang ada pada makanan atau tempat makan tersebut. Kota Malang belum memiliki paket atau panduan kuliner yang terintegrasi untuk wisatawan sehingga wisatawan harus mencari informasi sendiri dari internet yang seringkali kurang mengangkat aspek yang penting terkait dengan *gastronomy tourism*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kuliner khas Kota Malang yang memiliki potensi untuk pengembangan *gastronomy tourism* di Kota Malang sehingga dapat memperkaya destinasi wisata yang ada dan mendukung pariwisata di Kota Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif terhadap data berupa literatur yang didapatkan dari artikel yang membahas tema selaras. Selain itu dilakukan analisis terhadap pengembangan *gastronomy tourism* sesuai dengan teori yang berkembang. Hasil penelitian adalah Kota Malang berpotensi untuk dikembangkan menjadi *gastronomy tourism* terkait dengan banyaknya kuliner yang memiliki nilai historis dan didukung dengan banyaknya daya tarik wisata yang tersebar di seluruh Kota Malang. Pengembangan *gastronomy tourism* tersebut dapat memberikan dampak positif pada destinasi wisata Kota Malang, sehingga diperlukan adanya integrasi antara *gastronomy tourism* dan destinasi wisata yang didukung oleh stakeholder terkait.

**Kata Kunci :** Kota Malang, *Gastronomy Tourism*, Kuliner.

Kota Malang telah ada pada abad ke-8 saat Kerajaan Kanjuruhan masih ada, selanjutnya Kota Malang menjadi wilayah yang diperebutkan Sultan Mataram dan berhasil ditaklukkan pada tahun 1614. Kota Malang pada masa kolonial berkembang menjadi kotapraja yang dibuktikan dengan banyaknya bangunan Belanda yang ada pada Jalan Ijen Cryptowi (2021). Kota Malang mulai berkembang menjadi destinasi wisata seiring dengan banyaknya daya Tarik wisata berupa alam maupun buatan. Menurut BPS Kota Malang, jumlah wisatawan domestik pada tahun 2020 mencapai 662.570, jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 517.0523. Jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2020 adalah 8.826, jumlah ini mengalami penurunan yang drastis setelah sebelumnya pada tahun 2019 mencapai 16.286, besar kemungkinan hal ini diakibatkan adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan pembatasan mobilitas antar negara. Sebagai langkah penyediaan akomodasi untuk wisatawan, Kota Malang memiliki 96 hotel dan 121 penginapan.

Seiring dengan perkembangan Kota Malang sebagai destinasi wisata, makanan dan minuman khas yang berasal dari Kota Malang mulai berkembang dan terkenal pula, khususnya sebagai pendukung sektor pariwisatanya. Kebanyakan makanan atau minuman tersebut telah ada sejak jaman kolonial dan masih bertahan sampai sekarang, hal ini membuktikan bahwa makanan

dan minuman khas tersebut memiliki otentisitas dan mampu bersaing dengan makanan dan minuman kekinian, serta dapat mempertahankan rasa yang diciptakan sejak awal berdirinya melalui resep yang diwariskan secara turun menurun. Tidak sedikit dari wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang dengan tujuan untuk menikmati makanan dan minuman yang ada disana, namun belum ada panduan tentang *gastronomy tourism*. Padahal potensi pengembangan *gastronomy tourism* ini besar, sehingga diperlukan identifikasi lebih lanjut mengenai potensi *gastronomy tourism* yang dapat dikembangkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi *gastronomy tourism* yang ada pada makanan dan minuman asli Kota Malang. Potensi *gastronomy tourism* diidentifikasi melalui variabel-variabel tentang elemen *gastronomy tourism*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif terhadap data sekunder yang diperoleh dari BPS, jurnal, dan media mainstream.

*Gastronomy tourism* menurut UNWTO adalah jenis aktivitas wisata yang ditandai dengan pengalaman wisatawan dengan makanan dan produk yang berkaitan dengan aktivitas selama berwisata, memiliki keotentikan, tradisi, dan pengalaman kuliner yang inovatif, selain itu *gastronomy tourism* juga melibatkan aktivitas lain seperti mengunjungi

Tabel 1. Restoran dan *Variable Gastronomy*

Nama Restoran atau Tempat Makan	Variabel Gastronomy							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Soto Ayam Lombok	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HI
Puthu Lanang	✓	B4	✓	✓	✓	✓	✓	HI
Depot Hok Lay	✓	B3	✓	✓	✓	✓	✓	HI
Depot Bug Matira	✓	B4	✓	✓	-	-	✓	HI
Sego Resek	✓	B3	✓	✓	-	✓	✓	HI
Sate Gebug	✓	B5	✓	✓	✓	✓	✓	HI
Es Tawon Kidung Dalem	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HI
Depot Tahu Lontong Lonceng	✓	B4	✓	✓	✓	-	✓	HI
Orem-Orem Khas Arema	✓	B1	✓	✓	-	✓	✓	HI
Soto Geprak Mbah Djo	✓	B4	✓	✓	-	-	✓	HI
Rawon Brintik	✓	B3	✓	✓	✓	-	✓	HI
Rumah Makan Cairo	✓	B3	✓	-	-	-	✓	HI
Toko Oen	✓	B4	✓	✓	✓	✓	✓	HO
Bakso President	✓	B2	✓	✓	-	-	✓	HI
Depot Es Talun	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HI
Rawon Nguling	✓	B1	✓	-	-	-	✓	HI
Ronde Titoni	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HI
Warung Lama H Ridwan	✓	B4	✓	✓	✓	-	✓	HI
Pecel Kawi H Musilah	✓	B2	✓	✓	-	✓	✓	HI
Bakpao Boldy	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HO
Tahu Lontong Lontong Lonceng	✓	B4	✓	✓	✓	-	✓	HI
Soto Daging Rahayu	✓	B4	✓	✓	✓	✓	✓	HI
Depot Asri Bu Saerun	✓	B2	✓	✓	-	-	✓	HI
Heci Klenteng Warung Steven	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HO
Mie Gajah Mada	✓	B3	✓	-	-	✓	✓	HO
Bakso Bakar Pak Man	✓	B1	✓	✓	-	-	✓	HI
Warung Soto Dan Rawon Kiroman	✓	B3	✓	✓	-	✓	✓	HI
Es Teler Dempo No 7	✓	B2	✓	✓	-	-	✓	HI
Pecel Sukun	✓	B1	✓	✓	-	✓	✓	HI
Rujak Cingur Celaket Mbak Niniek	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HO
Kupang Kraton Hj, Qomariah	✓	B2	✓	-	-	✓	✓	HI
Ayam Panggang Pak No	✓	B3	✓	✓	-	-	✓	HI
Soto Ayam Lamongan Oro-Oro Dowo	✓	B2	✓	✓	-	✓	✓	HI
Toko Kue Madjoe	✓	B4	✓	✓	✓	✓	✓	HI
Bakso Solo Kidul Pasar	✓	B2	✓	✓	-	-	✓	HI
Warung Bu Haji Arema	✓	B2	✓	-	-	-	✓	HI
Soto Daging Pak Markeso	✓	B3	✓	✓	-	✓	✓	HI
Gado-Gado Warung Citra	✓	B3	✓	-	-	✓	✓	HI
Sate Dan Gule Kambing Haji Paino Bunul	✓	B2	✓	✓	-	-	✓	HI
Toko Roti Andalas	✓	B2	✓	✓	✓	✓	✓	HI
Depot Semeru	✓	B2	✓	✓	-	✓	✓	HI
Bakso Gondhol	✓	B2	✓	-	-	✓	✓	HO
Rawon Rampal	✓	B3	✓	✓	✓	✓	✓	HI

**Keterangan variable:**  
A : Makanan khas asal daerah  
B : Lama bertahan  
B1 : 20-39  
B2 : 40-59  
B3 : 60-79  
B4 : 80-99  
B5 : 100 tahun keatas  
C : Penggunaan bahan dasar, bumbu, atau cara memasak yang unik  
D : Nama tempat atau makanan memiliki makna historis  
E : Memiliki nilai sejarah pada masa kolonial  
F : Memiliki keunikan pada arsitektur bangunan, interior, dan peralatan makan  
G : Makanan khas dari etnis tertentu (jawa, arab, tionghoa, peranakan)  
H : Penggolongan halal dan non halal  
HI : Halal  
HO: Non halal

Sumber, Analisis penulis, 2022.

produser lokal, berpartisipasi dengan festival makanan, dan mengikuti cooking class. Pengembangan gastronomy tourism menurut World Food Travel Association memiliki 7 tahapan yaitu : memastikan nilai makanan dan keuntungan yang bisa didapatkan, penilaian terhadap pengalaman dan produk, profiling psikokuliner, menciptakan rute makanan dan minuman, pelibatan stakeholder, pembuatan dokumen strategis, dan pembuatan rencana aksi. Penelitian ini dapat dikatakan sebagai tahap awal dari pengembangan gastronomy tourism tersebut, yaitu menentukan nilai

makanan dengan identifikasi potensi pada makanan dan minuman yang ada di Kota Malang khususnya yang memiliki nilai historis.

Menurut Gaztelumendi 2012 pada (Sasongko et al., 2019) delapan cakupan dalam wisata kuliner diantaranya adalah, wisata kuliner merupakan pasar yang berkembang, mengetahui wisatawan kuliner, wilayah sebagai tulang punggung wisata kuliner, produk adalah dasar wisata kuliner, warisan budaya, tradisi dan inovasi, keberlanjutan, dan Kerjasama. Hal yang harus diperhatikan dalam

makanan dan minuman untuk menggali keunikannya diantaranya adalah bentuk makanan, rasa makanan, kekhasan makanan, inovasi, dan suasana. Menurut (Besra, 2012) wisata kuliner dapat menjadi alternatif salam mendukung potensi yang sudah ada seperti wisata alam, budaya, sejarah, dan bahari. Hal tersebut juga dinyatakan oleh (Baker & Kim, 2019) gastronomi berfokus pada hubungan antara makanan dan budaya dan berperan sebagai faktor pendorong untuk kunjungan ke daerah tujuan wisata dan pembentukan pelayanan makanan, sehingga keotentikan makanan lokal dan pengalaman penyajian adalah aspek yang terpenting. Keotentikan ini dapat dibuat dengan pengaruh yang datang pada makanan dan informasi terhadap makann, sefrvicescape, dan sosial servicescape dalam mempaengaruhi persepsi wisatawan konsumen terhadap keotentikan.

Kota Malang memiliki luas wilayah 110,06 km<sup>2</sup> dengan kepadatan penduduk 9.582 jiwa/km<sup>2</sup> dan terbagi menjadi lima kecamatan yaitu Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing, dan Lowokwaru. Memiliki ketinggian 445-526 mdpl menyebabkan Kota Malang memiliki banyak daya tarik wisata dan iklim yang dingin, jumlah daya tarik wisata buatan Kota Malang juga semakin banyak. Daya tarik Kota Malang dibagi menjadi beberapa kategori seperti dibawah ini:

- a. Daya tarik wisata berbasis Pendidikan: perpustakaan dan arsip, kompleks perguruan tinggi, kompleks toko buku bekas wilis
- b. Daya tarik wisata berbasis ruang terbuka hijau : stadion gajayana, hutan kota Malabar, jalan besar ijen boulevard, alun-alun merdeka, alun-alun tugu
- c. Daya tarik wisata berbasis taman rekreasi : taman rekreasi kota, taman senaputra
- d. Daya tarik wisata berbasis sejarah dan budaya : museum brawijaya, museum bentul, balai kota malang, Gedung pln, corjesu, Toko Oen, bangunan kononial jalan ijen, patung pahlawan trip
- e. Daya tarik wisata berbasis belanja : pasar burung, pasar bunga splendid, pasar besar, malang Olympic garden (MOG), pasar camboran, malang town square (MATOS)
- f. Daya tarik wisata berbasis peribadatan : masjid jami, gereja ijen, gereja kayutangan

Berkembangnya pariwisata Kota Malang juga menumbuhkan perkembangan kuliner sebagai sektor penunjang pariwisata. Hal ini ditandai dengan peningkatan rumah makan yang ada di Kota Malang, Jumlah rumah makan di kota malang menurut BPS pada tahun 2020 mencapai 2015 mengalami peningkatan sebelumnya 2019 1444. Menurut (Peraturan Walikota Malang Nomor 34

Tahun 2014 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah, n.d.) kecamatan klojen salah satu arahan pengembangannya sebagai pusat kuliner. Meskipun Kecamatan Klojen sebagai pusat kuliner, kecamatan lain juga memiliki kuliner khas tersendiri sehingga masing-masing memperkaya cita rasa yang ada di Kota Malang.

Makanan dan minuman yang ada di Kota Malang yang terpilih untuk dikembangkan menjadi gastronomy tourism adalah makanan dan minuman yang memiliki nilai historis/kebudayaan dan telah bertahan sejak puluhan tahun yang lalu. Makanan dan minuman ini kemudian diidentifikasi menggunakan delapan variabel diantaranya adalah apakah makanan tersebut khas daerah, lama bertahan, penggunaan bahan/bumbu/cara masak yang unik. Aspek historis dalam penamaan, nilai sejarah pada masa colonial, keunikan arsitektur/ interior/peralatan makan, dan penggolongan halal/non halal. Berikut ini adalah hasil ceklist dari makanan dan minuman yang ada di Kota Malang.

Berdasarkan tabel identifikasi potensi *gastronomy tourism* pada makanan dan minuman yang ada di Kota Malang (Tabel 1), dari keseluruhan jumlah makanan dan minuman yaitu 43 restoran/rumah makan, terdapat 8 yang memenuhi seluruh variabel. Untuk variabel yang sulit dipenuhi adalah variabel nilai sejarah pada masa colonial dan keunikan arsitektur/interior/peralatan makan. Hal ini sulit dipenuhi karena bisa jadi aspek historis pada masa colonial belum digali lebih dalam, selain itu arsitektur, interior, peralatan makan yang digunakan bisa dimodifikasi lebih lanjut untuk menambah nilai historis. Menurut (Booyesen & Rand, 2019) budaya kuliner disusun dari review buku sejarah dan historis, buku resep, dan informasi area tersebut pada situs web. Penyusunan buku resep menjelaskan variasi makakan, penggunaan produk lokal dan bahan tertentu, cara memasak, bumbu, dan rasa.

Saran yang dapat diberikan untuk restoran atau rumah makan yang belum memenuhi elemen pengembangan gastronomy tourism dapat dilakukan dengan beberapa hal dibawah ini:

1. Memperkuat nilai historis pada aspek arsitektur bangunan
2. Menambahkan elemen historis pada interior, furniture, atau peralatan makan dan minum
3. Menggali sejarah tentang asal-usul nama makanan, nama tempat berjualan, proses pembuatan, atau kegiatan masa lampau yang mempengaruhi makanan, bisa juga dengan penjelasan bumbu atau bahan dasar yang digunakan
4. Membuat rute atau paket wisata yang terintegrasi dengan daya tarik wisata terdekat
5. Mempertahankan cita rasa dan cara mengolah makanan

sehingga keotentikan tetap terjaga dan mendapatkan pelanggan tetap

## Kesimpulan

Makanan dan minuman yang ada di Kota Malang kebanyakan telah ada sejak jaman kolonial dan tetap bertahan sampai saat ini ditengah persaingan dengan makanan dan minuman yang sedang tren pada masa kini. Hal ini kemungkinan besar karena penjual tetap mempertahankan rasa melalui penggunaan bahan dasar, bumbu dan cara memasak yang diwariskan secara turun-menurun. Selain itu Kota Malang sejak jaman kolonial juga telah berkembang menjadi kotapraja dan memiliki letak yang dekat dengan Kota Surabaya dan kota-kota besar lainnya sehingga perkembangannya lebih pesat dan mempengaruhi pula pada perkembangan makanan dan minuman. Iklim dan kondisi kontur alam yang mendukung pariwisata di Kota Malang juga memberikan sensasi nikmat yang mendukung untuk menikmati kuliner di Kota Malang.

Peran pemerintah diperlukan untuk mengarahkan dan memberikan dukungan terhadap pengembangan gastronomy tourism di Kota Malang, bantuan berupa pemberian insentif untuk melakukan renovasi agar arsitektur/interior/peralatan makan disesuaikan dengan konsep historis akan sangat membantu, selain itu insentif atau suntikan dana juga bisa dilakukan untuk melakukan renovasi atau revitalisasi arsitektur bangunan atau interior sehingga mempertahankan kesan bersejarah atau dapat pula dilakukan dengan pemberian ornament bernilai historis. Penambahan latar suasana dapat dilakukan dengan pemberian iringan lagu atau music yang mendukung konsep historis (colonial, jawa kuno, atau peranakan).

Pengembangan gastronomy tourism dapat dipacu dengan pembuatan tur gastronomi melalui Kerjasama dengan lembaga non profit yang memiliki fokus pada gastronomi Indonesia seperti Indonesian Gastronomy Community yang telah berkapasitas membuat tur, pameran, pelatihan, dan webinar. Selain itu pembuatan buku gastronomy tourism dan marketing yang luas akan sangat membantu pengembangannya. Pemberian branding dan pembuatan festival kuliner juga akan sangat membantu dalam pemberian informasi ke luar daerah dan eksplorasi makanan dan minuman khas yang belum ditemukan.

## Daftar Pustaka

Achmad, T. (2021). *10 Rekomendasi Tempat Kuliner Legendaris di Kota Malang*. Diakses dari <https://www.malangtimes.com/baca/67367/20210516/070200/10-rekomendasi-tempat-kuliner-legendaris-di-kota-malang> pada 19 Desember 2021

Baker, A. M., & Kim, K. (2019). Heritage and Authenticity in Gastronomic Tourism. In S. K. Dixit (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 252–259).

Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1).

Booyesen, I., & Rand, G. E. du. (2019). Culinary Mapping. A Gastronomic Tourism Planning Tool. In S. K. Dixit (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 330–344).

BPS Kota Malang. (2021). Kota Malang dalam Angka 2021.

Dolandolen. (2021). *20 Kuliner Legendaris Paling Wajib Dikunjungi Ketika Sedang Berada di Kota Malang*. Diakses dari <https://dolandolen.com/20-kuliner-legendaris-paling-wajib-dikunjungi-ketika-sedang-berada-di-kota-malang/> pada 19 Desember 2021

Fridayani, N. (2020). *15 Tempat Kuliner Legendaris di Malang Raya, Ada yang Berusia Hampir 100 Tahun*. Diakses dari <https://www.kompas.com/food/read/2020/12/03/173659875/15-tempat-kuliner-legendaris-di-malang-raya-ada-yang-berusia-hampir-100?page=all>. pada 19 Desember 2021

Harsadakara. (2018). *4 Kuliner Legendaris di Kota Malang, Saksi Bisu Penjajahan Indonesia Selama Ratusan Tahun*. Diakses dari <https://www.boombastis.com/kuliner-legendaris-malang/173082> pada 20 Desember 2021

Laily, Iftitah Nurul. (2021). *10 Tempat Wisata Kuliner Malang yang Legendaris*. Diakses dari <https://katadata.co.id/safrezi/berita/619209f4f372a/10-tempat-wisata-kuliner-malang-yang-legendaris> pada 20 Desember 2021

Novianty, D. (2017). *Makan Sambil Menikmati Sejarah Malang di Inggil Resto*. Diakses dari <https://www.suara.com/lifestyle/2017/12/01/110549/makan-sambil-menikmati-sejarah-malang-di-inggil-resto?page=all> pada 20 Desember 2021

Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah, 2014.

Rahma, P. (2019). *15 Kuliner Malang Legendaris, Kelezatannya Sudah Teruji Zaman*. Diakses dari <https://www.tripzilla.id/kuliner-malang-legendaris/19568> pada 19 Desember 2021

Rura, C. (2019). *22 Kuliner Legendaris Khas Malang yang Masih Tetap Bertahan Sejak Lebih dari 50 Tahun Lalu*. Diakses dari <https://indonesia.tripcanvas.co/id/malang/kuliner-khas-legendaris-murah/> pada 19 Desember 2021

Sasongko, I., Setiawan, A., & Purnama, Y. S. (2019). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang

Trisandy, A. (2019). *7 Tempat Nongkrong dengan Suasana Vintage di Malang Raya, Kece Abis!*. Diakses dari <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/andry-trisandy/tempat-nongkrong-dengan-suasana-vintage-di-malang/7> pada 20 Desember 2021

Wijaya, Yana Gabriella. (2020). *Cobain 10 Kuliner Legendaris di Kota Malang, Ada Warung Sate Berusia 1 Abad*. Diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2020/03/04/180400927/cobain-10-kuliner-legendaris-di-kota-malang-ada-warung-sate-berusia-1-abad?page=all> pada 19 Desember 2021



Shabrina Amalia Ghassani lahir di Lumajang pada 11 April 1996. Saat ini Shabrina Amalia Ghassani merupakan mahasiswa Magister Perencanaan Kepariwisata pada Fakultas Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan Institut Teknologi Bandung angkatan Tahun 2021. Sebelumnya, Shabrina Amalia Ghassani telah menyelesaikan studi S1-nya pada jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.