

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP TRADISI MAKAN BEDULANG SEBAGAI WISATA GASTRONOMI DI BELITUNG TIMUR

Hajiman^{1*}, Caria Ningsih², Dewi Turgarini³

^{1,2,3}Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas
Pendidikan Indonesia

Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Bandung 40154, Indonesia

*Email Korespondensi: Hajiman@student.upi.edu

ABSTRAK

Fokus penelitian ini membahas mengenai nilai gastronomi yang terdapat pada tradisi makan bedulang dan mengukur persepsi wisatawan serta strategi pengembangan wisata gastronomi di Kabupaten Belitung Timur. Tujuan dari penelitian ini untuk melakukan dokumentasi tertulis dalam rangka melestarikan tradisi makan bedulang yang bisa dimanfaatkan sebagai sebuah wisata gastronomi. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan *mix methods*. Wawancara dilakukan dengan salapan cinysu dan menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu wisatawan yang sudah atau sedang berwisata di Kabupaten Belitung Timur dan dianalisis menggunakan uji hipotesis dan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai-nilai gastronomi yang terkandung pada tradisi makan bedulang, faktor internal dan eksternal persepsi wisatawan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan dan menghasilkan 9 strategi untuk pengembangan tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Kabupaten Belitung Timur, kemudian dilakukan perancangan rute dan paket wisata gastronomi sebagai bentuk dari pemanfaatan tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Kabupaten Belitung Timur.

Kata Kunci : Persepsi Wisatawan; Daya Tarik: Gastronomi; Makan Bedulang

ABSTRACT

The focus of this study discusses the gastronomic value contained in the tradition of eating bedulang and measuring tourist perceptions and strategies for developing gastronomic tourism in East Belitung Regency. The purpose of this study is to conduct written documentation in order to preserve the tradition of eating bedulang which can be used as a gastronomic tour. This research method uses a descriptive method with a mixed methods approach. Interviews were conducted with cinysu salad and distributed questionnaires to 100 respondents, namely tourists who have or are currently traveling in East Belitung Regency and analyzed using hypothesis testing and SWOT analysis. The results of this study show the gastronomic values contained in the tradition of eating bedulang, internal and external factors of tourist perceptions have a positive and significant effect both partially and jointly on aspects of tourist perceptions and produce 9 strategies for the development of the tradition of eating bedulang as tourism. gastronomy in East Belitung Regency, then the design of gastronomic tourism routes and packages as a form of utilizing the tradition of eating bedulang as a gastronomic tour in East Belitung Regency.

Keywords: Tourist Perceptions; Attractions: Gastronomy; Eat Bedulang

PENDAHULUAN

Provinsi Bangka Belitung menjadi salah satu provinsi pilihan wisatawan. Ditetapkannya Tanjung Kelayang sebagai 10 Bali baru dan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata, sangat berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang menginap di Pulau Belitung. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke Belitung Timur menuntut untuk menyediakan berbagai atraksi wisata. Saat ini Pulau Belitung terkenal dengan wisata alam yaitu pantai, namun di Belitung Timur sendiri masih banyak wisata yang harus digali potensinya dan dikembangkan lagi sehingga menjadi alternatif destinasi tujuan wisata. Terdapat berbagai destinasi wisata yang ada di Belitung Timur, baik itu alam, budaya, adat istiadat serta kuliner. Semuanya masih terjaga dengan kearifan lokal masyarakatnya. Masyarakat yang masih memelihara kebiasaan-kebiasaan atau tradisi yang diwariskan membuat ciri khas sendiri dibanding dengan daerah lainnya. dapat diketahui oleh wisatawan.

Salah satu kegiatan atraksi wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung adalah wisata gastronomi atau lebih dikenal dengan kuliner. Gastronomi adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan, semua orang memiliki ketertarikan untuk mencicipi makanan khas daerah yang dikunjungi. Menurut Turgarini (2018: 29) wisata gastronomi adalah sarana wisatawan mempelajari dan menghargai berbagai budaya yang berbeda; ruang lingkupnya lebih dari sekadar mempelajari keahlian memasak. Gastronomi di Indonesia tidak saja terkait mengenai rasa dan penampilan tetapi juga asal usul masakan, budaya, kebiasaan adat istiadat, dan pengaitan dengan manajemen kuliner. Potensi wisata gastronomi sudah mulai dikembangkan di berbagai daerah destinasi wisata untuk menarik wisatawan datang.

Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) dalam (Guidel. Dev. Gastron. Tour. 2019) Konsep dari pariwisata gastronomi adalah mengetahui dan belajar, makan, mencicipi, dan menikmati budaya gastronomi yang diidentifikasi dengan suatu wilayah. Tradisi makan bedulang adalah salah satu warisan budaya gastronomi di Bangka Belitung. Makan bedulang dalam bahasa Melayu Belitung adalah sebuah sajian makanan yang ditempatkan pada dulang. Tradisi makan bedulang memiliki filosofi kebersamaan serta mengajarkan untuk saling menghargai. Dulang ini sejenis tempat meletakkan makanan yang berbentuk lingkaran biasanya berbahan dasar logam. Makanan yang disajikan berupa makanan tradisional yang telah disiapkan oleh masyarakat biasanya dalam satu wadah dulang terdapat sayuran, lauk pauk seperti ayam dan ikan serta lalapan. Hasil dari pra-penelitian yang telah dilakukan peneliti mengatakan bahwa Kabupaten Belitung Timur sendiri memiliki begitu banyak potensi wisata yang bisa dikembangkan. Namun, terdapat berbagai tantangan salah satunya persaingan objek wisata dan budaya sejenis dengan kabupaten tetangga (Belitung) sehingga perlu digali dan dikembangkan produk wisata yang berbeda dan berdaya saing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek gastronomi yang terdapat dalam tradisi makan bedulang, mengetahui gambaran faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi persepsi wisatawan pada tradisi makan bedulang, menganalisis tingkat pengaruh persepsi mengenai tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur, menganalisis faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada wisata gastronomi tradisi makan bedulang di Belitung Timur, menganalisis strategi pengembangan tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur, serta merancang rute dan paket wisata gastronomi tradisi makan bedulang di Belitung Timur.

Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang menyediakan jasa akomodasi, transportasi, makanan, rekreasi, serta jasa-jasa lainnya yang terkait. Perdagangan jasa pariwisata melibatkan beberapa aspek. Aspek–aspek tersebut antara lain aspek ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, agama, keamanan, dan aspek lainnya (Gelgel 2006: 22).

Makanan Lokal

Timbul Haryono (2015) dalam (Turgarini, 2018: 24) mendefinisikan makanan tradisional sebagai produk lokal mengandung aspek keperilakuan menyangkut tempat terjadinya proses pembuatan atau pengolahan makanan, proses penggunaan bahan baku dalam fungsi pengolahan makanan dan proses deposisi yaitu mewariskan kepada generasi yang alamnya. Makanan lokal bisa memberikan nilai tambahan dan kontribusi bagi destinasi pariwisata untuk meningkatkan daya saing daerah tersebut Crouch and Ritchie (1999) dalam (Pérez et al. 2017). Sejalan dengan hal tersebut (Sims, 2009) menyatakan bahwa local food dapat memainkan peran penting untuk pariwisata yang berkelanjutan karena memberikan pengalaman yang menarik minat wisatawan melalui keunikan yang ditawarkan oleh makanan tersebut.

Wisata Gastronomi

Menurut Turgarini (2018: 20) gastronomi secara diferensial memiliki bidang kajian tentang aspek –aspek gastronomi yaitu gastronomi praktis (mengubah bahan baku makanan menjadi hidangan), gastronomi teoretis (ilmu pengetahuan), gastronomi teknis (performa, kinerja, evaluasi sistem), gastronomi makanan (pengembangan produk), dan gastronomi molekuler (transformasi fisio-kimiawi pangan). Kelima aspek tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda dan diaplikasikan sesuai dengan bidang gastronomi yang akan dilakukan..

Komponen dalam gastronomi dihimpun menjadi satu kesatuan menurut Turgarini (2018 :18) terdapat sembilan unsur komponen gastronomi yang saling berkaitan yaitu : (1) masak memasak/kuliner, (2) bahan baku, (3) mencicipi, (4) menghidangkan, (5) belajar, meneliti dan menulis makanan, (6) mencari pengalaman unik, (7) pengetahuan gizi, (8) filosofi, sejarah, tradisi dan sosial, (9) etika dan etiket.

Pariwisata gastronomi saat ini melintasi banyak produk pariwisata. Ini telah memperluas kemungkinan untuk menambah pengetahuan yang ditawarkan oleh produk gastronomi lokal yang berbeda dan kegiatan yang mungkin dilakukan di lingkungan produksi dan pengolahannya. Wisata gastronomi adalah sarana wisatawan untuk mempelajari dan menghargai budaya yang berbeda; ruang lingkupnya lebih besar dari mempelajari keahlian memasak (Turgarini 2018: 29)

Salapan Cinyusu

Menurut Turgarini (2018: 218) konsep salapan cinyusu fökus ke Arah kewirausahaan pangan yang berbasis nada kreativitas (kewirausahaan berbasis kreativitas atau kreativitas). Pemikiran ulang dan rekayasa ulang produk pangan untuk mendukung sebuah daerah wisata sebagai Kota Gastronomi perlu sinergi pemangku kepentingan yang meminta izin dengan nama saapan Cinyusu (sembilan mata air) yang terdiri dari pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok (termasuk petani), pakar , pemerhati, penikmat, lembaga swadaya masyarakat (NGO, non government organization) dan Teknologi Informasi. Konsep Salapan Cinyusu lebih dari sekadar Penta Helix yang mengandung unsur ABCGM- Academia (akademisi), Bisnis (usaha),

Komunitas (pemerintah) dan Media (Amrial & Muhammad, 2017; Mubyi et a., 2017, Calzada, 2017, Satyam & Calzada, 2017. Detiktravel, 2017; Ibo, 2017,) dalam Turgarini (2018: 217).

Persepsi Wisatawan

Persepsi wisatawan adalah suatu penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu yang diamati. Industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing dalam melihat fenomena yang ada sehingga wisatawan akan memiliki persepsi masing-masing mengenai apa yang diminati, diinginkan, dan diharapkan oleh pengunjung ke suatu destinasi menjadi amat penting karena terdapat kaitan dengan pemasaran objek wisata (Warpani 2007). Sehingga, persepsi wisatawan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata karena dari persepsi akan timbul minat serta motivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Walgito (2004) ada dua macam yaitu faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

1) Faktor internal

Faktor yang mempengaruhi persepsi berkaitan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, saraf atau pusat susunan saraf, kepribadian dan pengalaman penerimaan diri serta keadaan individu pada waktu tertentu.

2) Faktor eksternal

Faktor ini digunakan untuk objek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan akan turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut.

Sedangkan Aspek-aspek persepsi Menurut Bimo Walgito (2003) dalam (Fentri 2017) terdiri dari :

1) Aspek kognitif

Komponen ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal.

2) Aspek afektif

Komponen afektif berhubungan dengan rasa senang dan rasa tidak senang, yang sifatnya evaluative yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Berkaitan dengan perasaan, bersifat emosional. Wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.

3) Aspek konatif

Merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang terhadap objeknya.

Analisis Lingkungan Internal

Menurut David (2009:178) dalam (Nuraini 2018) analisis internal adalah proses perencanaan strategi yang mengkaji faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dan dapat menghadapi ancaman meliputi :

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

Terdapat empat fungsi dasar manajemen antara lain perencanaan,

pengorganisasian, pemberian motivasi, dan pengendalian. Perencanaan adalah aktivitas yang merupakan persiapan masa depan.

B. Pemasaran

Pemasaran dapat digambarkan sebagai proses pendefinisian, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa.

C. Keuangan

Analisis faktor keuangan yaitu menganalisis kekuatan dan kelemahan dari sistem keuangan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

D. Produksi dan Operasi

Manajemen operasi bertanggung jawab atas keputusan-keputusan yang menyangkut sistem transformasi dan fungsi-fungsi operasi, maka dari itu diperlukan suatu kerangka yang mendefinisikan secara jelas mengenai keputusan-keputusan operasi.

Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah pelaku dan kekuatan diluar perusahaan untuk mengembangkan, dan mempertahankan kelangsungan perusahaan. Lingkungan eksternal memiliki dua macam yaitu, lingkungan mikro yang terdiri dari beberapa elemen: teknologi informasi, pesaing, dan pelanggan (Pontas, 2011:149) dalam (Nuraini, 2018) sedangkan lingkungan makro adalah suatu lingkungan eksternal perusahaan yang tidak berhubungan dan berpengaruh langsung dengan aktivitas-aktivitas.

Rute Wisata Gastronomi

Rute gastronomi melibatkan interaksi antara komponen benda dan tak benda seperti fasilitas, layanan, lingkungan, dan komunitas lokal. Interaksi yang dibangun akan menimbulkan persepsi, minat, motivasi dan kepuasan wisatawan. Penyusunan jalur wisata atau rute harus mempertimbangkan dan mengatur hubungan dengan pihak yang terkait seperti masyarakat lokal sebagai pemilik kebudayaan, pemerintah daerah, pemilik usaha, wisatawan, tour operator dan investor (Corigliano, 2001) dalam (Almufahannah 2019: 32). Rute gastronomi ini berbasis daya tarik lokal oleh karena itu maka dalam penyusunannya harus dapat mengkoordinasi beberapa fitur yang menjadi sebuah *brand identity* atau hal-hal yang menjadi keunikan daerah tersebut. Gabungan antara lingkungan, psikologi, sosial, dan budaya nantinya dapat menampilkan karakter khas untuk rute gastronomi, dengan begitu wisatawan dapat melihat perbedaan rute gastronomi pada suatu daya tarik wisata yang berbeda dengan rute lainnya (Bruwer 2003).

Paket Wisata Gastronomi

Hasil dari perencanaan suatu rute wisata dapat diaplikasikan dalam paket wisata sehingga memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat lokal dan pemerintah daerah maupun pihak terkait seperti jasa tour and travel. Nuriata (2014: 34) berpendapat bahwa paket wisata dikategorikan sebagai produk, di mana paket wisata terbentuk dari proses peleburan dari transportasi, hotel, atraksi wisata dan komponen wisata lainnya. Kemudian diperkuat kembali oleh (Nuriata, 2014: 35) yang menyatakan bahwa paket wisata adalah sebuah sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yaitu wisatawan, atraksi, fasilitas dan waktu yang setiap subsistem saling berhubungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan *mix methods*. Wawancara dilakukan dengan salapan cinyusu dan menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu wisatawan yang sudah atau sedang berwisata di Kabupaten Belitung Timur dan dianalisis menggunakan uji hipotesis dan analisis SWOT.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala diferensial semantik. Sugiyono (2013: 135) menyatakan bahwa skala diferensial semantik yaitu skala untuk mengukur suatu sikap, tersusun dalam garis kontinum dimana jawaban sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis.

Penelitian ini melakukan observasi dan wawancara kepada komponen dari salapan cinyusu yang nantinya akan dianalisis menggunakan metode SWOT. Sebelum pengumpulan data dilakukan, pertanyaan di dalam kuesioner harus diuji terlebih dahulu untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan realibitas dilakukan kepada 30 responden, sebagai syarat minimal untuk uji coba validitas dan realibitas. Cara pengukurannya adalah dengan menggunakan SPSS.

Uji validitas menggunakan kuesioner yang di sebar ke 30 responden jika R tabel lebih kecil dar R hitung maka bisa dikatakan valid (Sugiyono 2013, 126) dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig.	Valid
X1.1	0,627	0,361	.000	VALID
X1.2	0,636	0,361	.000	VALID
X1.3	0,764	0,361	.000	VALID
X1.4	0,759	0,361	.000	VALID
X1.5	0,673	0,361	.000	VALID
X1.6	0,526	0,361	.003	VALID
X2.1	0,381	0,361	.038	VALID
X2.2	0,882	0,361	.000	VALID
X2.3	0,618	0,361	.000	VALID
X2.4	0,679	0,361	.000	VALID
X2.5	0,837	0,361	.000	VALID
X2.6	0,842	0,361	.000	VALID
X2.7	0,705	0,361	.000	VALID
Y1	0,835	0,361	.000	VALID
Y2	0,64	0,361	.000	VALID
Y3	0,555	0,361	.001	VALID
Y4	0,776	0,361	.000	VALID
Y5	0,703	0,361	.000	VALID
Y6	0,81	0,361	.000	VALID
Y7	0,799	0,361	.000	VALID
Y8	0,776	0,361	.000	VALID

Y9	0,747	0,361	.000	VALID
Y10	0,831	0,361	.000	VALID

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Nilai r_{tabel} untuk $n=30$ dan taraf kesalahan (α) 5% adalah sebesar 0,361 ($db = n-2$).

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata nilai r_{hitung} setiap variabel lebih besar dari nilai r_{tabel} . Artinya, semua pernyataan yang terdapat di variabel X dan Y adalah valid.

Uji Realibitas

Uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS yang akan dilakukan menggunakan *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronbach Alpha* (α). Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60, maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Realibitas

Variabel	Cronbach's		Keterangan
	Alpha	N of Items	
Faktor Internal			
Persepsi Wisatawan	0,725	6	RELIABEL
Faktor Eksternal			
Persepsi Wisatawan	0,840	7	RELIABEL
Aspek-aspek persepsi Wisatawan	0,926	10	RELIABEL

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat ditarik simpulan bahwa seluruh pernyataan pada ketiga variabel tersebut adalah reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini meliputi sembilan komponen dalam salapan cinyusu yaitu pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok (termasuk petani), pakar, pemerhati, penikmat (wisatawan), lembaga swadaya masyarakat (NGO, *non government organization*) dan Teknologi Informasi.

Aspek-Aspek Gastronomi Tradisi Makan Bedulang

Makan bedulang merupakan simbol dari serangkaian pengetahuan adat yang ada di Belitong Timur. Hadirnya makan bedulang memupuk interaksi sosial yang akan timbul rasa toleransi, kebersamaan, dan saling menghormati. Makanan yang disajikan umumnya makanan yang dikonsumsi untuk perayaan dan makanan keseharian masyarakat Pulau Belitong. Makanan tersebut untuk perayaan terdiri dari tujuh hidangan yaitu Gangan, Sambal Goreng, Bumbu Ketumbar, Sayor Umbut, Sate Ikan, Sambal Serai dan Lalapan. Pelengkap terdiri dari Nasi, Minuman Aik Sepang dan Kudapan yaitu Bolu Penganten, Bingke Berendam, dan Dudul. Terdapat juga makanan yang biasa di hidangkan pada keseharian masyarakat atau pengganti jika makanan

utama tidak tersedia yaitu Gangan Darat, Pucok Iding-iding, Ikan Bakar, Pangut, Sayur Sop, dan Aneka Sambal. Makna dari makanan yang disajikan diciptakan sendiri sebagai simbol dari kekayaan kebudayaan dan bentuk akulturasi di Belitung Timur.

Terdapat empat bagian orang yang terlibat dalam tradisi makan bedulang yaitu *mak panggong, tukang tanak nasik, tukang saji dan tukang angkat saji* :

A. Mak Panggong

Mak panggong adalah orang yang di tunjuk oleh dukun kampong untuk memimpin proses masak memasak untuk berbagai acara.

B. Tukang Tanak Nasik

Tukang tanak nasi adalah orang yang bertugas untuk memastikan persediaan nasi semua nya cukup

C. Tukang Saji

Tukang saji adalah orang yang bertugas menyajikan hidangan ke dalam piring hingga menutup tudong saji.

D. Tukang Angkat Saji

Orang yang terlibat dan bertugas mengangkat dulang harus menggunakan kain pelikat bermotif cincang nangka.

Pada tradisi makan bedulang terdapat urutan dalam menyajikan makanan ke tamu undangan atau wisatawan sebagai berikut :

A. Pertama adalah dulang yang telah berisi masakan dan ditutup dengan tudong saji dan tudong lambak. Mengangkat dulang tidak boleh dibawah pinggul karena dianggap tidak sopan.

B. Kedua adalah nasi dan piring. Pada saat makanan diletakan di lantai maka tidak boleh dalam posisi rukuk melainkan harus jongkok dengan kaki dilipat ke belakang

C. Kemudian yang terakhir adalah air minum, air cuci tangan dan cuci mulut (kudapan). Sedangkan tudong saji dibuka setelah penghulu gawai atau tukang angkat saji mempersilahkan nya.

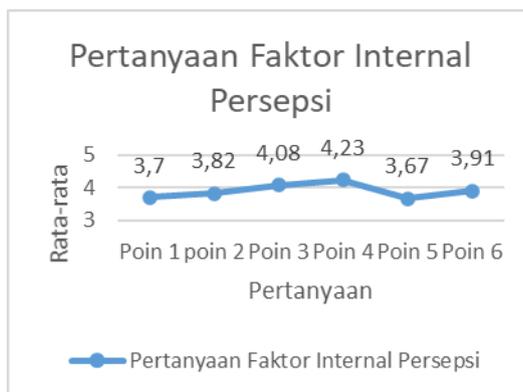
Bahan- bahan yang digunakan dalam proses pembuatan hidangan pada tradisi makan bedulang memanfaatkan bahan baku lokal berskala nasional serta memiliki kandungan nutrisi dan manfaat bagi kesehatan tubuh. Destinasi tebat rasau juga tidak menggunakan penyedap rasa buatan melainkan semuanya dari sumbar daya alam yang ada di sekitar.

Faktor Internal dan Eksternal Persepsi Wisatawan

Faktor Lingkungan Internal

Faktor internal persepsi wisatawan meliputi indikator kondisi ekonomi dan indikator wawasan pengetahuan. Dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner 100 responden dengan rincihan wawasan pengetahuan tiga butir pertanyaan dan kondisi ekonomi tiga butir pertanyaan. Pada variabel ini menggunakan skala sematik nilai 5 menunjukkan angka tertinggi dan nilai 1 menunjukkan angka terendah.

Tabel 3. Faktor Internal Persepsi



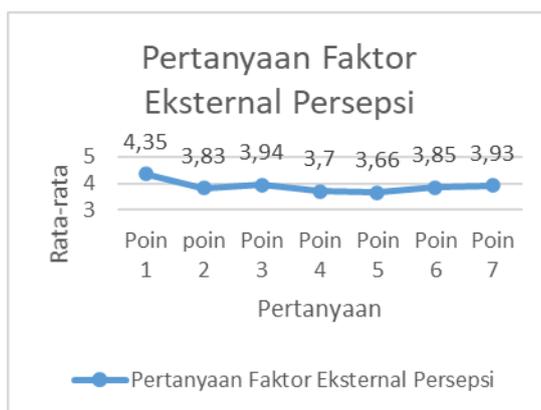
Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas rata- rata tertinggi persepsi wisatawan terdapat pada indikator wawasan pengetahuan pada butir pertanyaan 4 yaitu mengenai keunikan tradisi makan bedulang dengan rata-rata 4,23 hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan sebagian besar setuju bahwa tradisi makan bedulang sangat unik. Sedangkan rata- rata terendah terdapat pada poin 5 yaitu tersedianya informasi mengenai tradisi makan bedulang dengan rata-rata 3,67 hal ini menunjukkan bahwa informasi tradisi makan bedulang cukup tersedia namun perlu perbaikan agar wisatawan yang datang mudah untuk melihat informasi tentang tradisi makan bedulang.

Faktor Lingkungan Eksternal

Faktor eksternal persepsi wisatawan meliputi indikator daya tarik dan indikator promosi. Dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner 100 responden dengan rincihan empat butir pertanyaan daya tarik dan tiga butir pertanyaan promosi. Pada variabel ini menggunakan skala sematik nilai 5 menunjukkan angka tertinggi dan nilai 1 menunjukkan angka terendah.

Tabel 4. Faktor Eksternal Persepsi



Sumber : Data diolah peneliti (2020)

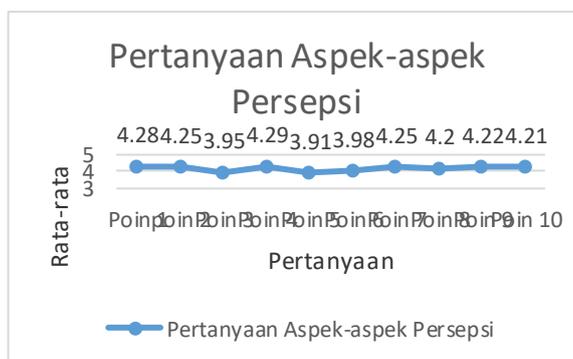
Berdasarkan tabel 4. di atas rata- rata tertinggi persepsi eksternal wisatawan terdapat pada indikator daya tarik pada butir pertanyaan 1 yaitu mengenai keterarikan wisatawan jika tradisi makan bedulang dijadikan atraksi wisata di Belitung Timur

dengan rata-rata 4,35 hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan sebagian besar setuju jika tradisi makan bedulang dijadikan salah satu atraksi wisata yaitu wisata gastronomi. Sedangkan rata-rata terendah terdapat pada poin 5 yaitu tingkat kemudahan mendapat informasi mengenai paket wisata makan bedulang dengan rata-rata 3,66 hal ini menunjukkan bahwa informasi tradisi makan bedulang cukup mudah namun harus lebih ditingkatkan mengenai promosi tradisi makan bedulang.

Aspek-Aspek Persepsi Wisatawan

Aspek-aspek persepsi wisatawan meliputi indikator kognitif, afektif dan konatif. Dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner 100 responden dengan total 10 pertanyaan dengan rincihan tiga butir pertanyaan mengenai aspek kognitif meliputi pengetahuan, pandangan, dan pemahaman. Tiga butir pertanyaan aspek afektif meliputi emosi, perasaan dan penilaian. Empat butir pertanyaan mengenai aspek konatif meliputi motivasi, sikap, kemas dan keinginan. Pada variabel ini menggunakan skala sematik nilai 5 menunjukkan angka tertinggi dan nilai 1 menunjukkan angka terendah.

Tabel 5. Asepek-aspek Persepsi Wisatawan



Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan tabel 5. di atas rata-rata tertinggi aspek-aspek persepsi wisatawan terdapat pada indikator afektif yaitu pengetahuan pada butir pertanyaan 4 yaitu mengenai wisatawan merasa senang mendapat pengetahuan dan pengalaman tentang tradisi makan bedulang dengan rata-rata 4,29 hal ini menunjukkan bahwa wisatawan sangat senang mendapat pengetahuan baru mengenai tradisi makan bedulang. Sedangkan rata-rata terendah terdapat pada aspek afektif mengenai perasaan poin 5 yaitu sistem pengelolaan wisata gastronomi tradisi makan bedulang dengan rata-rata 3,91 hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan tradisi makan bedulang cukup baik namun harus ditingkatkan lagi agar wisatawan semakin tertarik.

**Analisis Tingkat Pengaruh Persepsi Wisatawan
Analisis Linier Berganda**

Tabel 6. Hasil Analisis Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.419	2,396		4,765	.000
(X1)	0,548	0,131	0,349	4,176	.000
(X2)	0,635	0,102	0,518	6,203	.000

a. Dependent Variable: Aspek-Aspek Persepsi (Y)

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

$$Y = 11,419 + 0,548X1 + 0,635X2 + e$$

Nilai konstanta yaitu 11,419 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel faktor internal persepsi dan faktor eksternal persepsi (nilai X1 dan X2 adalah 0) maka aspek-aspek persepsi wisatawan sebesar 11,419 satuan.

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,797a	0,635	0,627	3,797

a. Predictors: (Constant), Faktor Eksternal Persepsi, Faktor Internal Persepsi

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Besarnya nilai R square sebesar 0,635 atau 63,5% angka tersebut mengandung arti bahwa variabel persepsi internal wisatawan (kondisi keuangan dan wawasan pengetahuan) dan persepsi eksternal wisatawan (daya tarik dan promosi) berpengaruh terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan sebesar 63,5%. Sisanya 36,5% dijelaskan atau dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti kepribadian, motivasi, dan sikap.

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	11.419	2,396		4,765	.000
(X1)	0,548	0,131	0,349	4,176	.000
(X2)	0,635	0,102	0,518	6,203	.000

a. Dependent Variable: Aspek-Aspek Persepsi (Y)

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Nilai signifikan variabel faktor internal persepsi (X1) $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan variabel (X1) faktor internal persepsi wisatawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan. Nilai t tabel = $t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-2-1) = (0,025; 97) = 1,98472$. Dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,176 > 1,98472$) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga hipotesis pengaruh faktor internal persepsi wisatawan (wawasan pengetahuan dan kondisi keuangan) terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan secara parsial diterima. Sedangkan nilai signifikan variabel faktor eksternal persepsi (X2) $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan variabel (X2) faktor eksternal persepsi wisatawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan. Nilai t tabel = $t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-2-1) = (0,025; 97) = 1,98472$. Dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($6,203 > 1,98472$) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga hipotesis pengaruh faktor eksternal persepsi wisatawan (daya tarik dan promosi) terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan secara parsial diterima.

Uji F

Tabel 9. Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
Regression	2428,315	2	1214,158	84,213
Residual	1398,525	97	14,418	
Total	3826,840	99		

a. Dependent Variable: Aspek-aspek Persepsi
 b. Predictors: (Constant), Faktor Eksternal Persepsi, Faktor Internal Persepsi

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan hasil pengujian di atas menggunakan SPSS bahwa nilai Fhitung sebesar 84,213 dan Ftabel sebesar 3,09. Maka nilai Fhitung > Ftabel dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya faktor persepsi internal wisatawan (X1) dan faktor eksternal persepsi wisatawan (X2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan (Y).

Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

Lingkungan Internal

A. Sumber Daya Manusia

Komunitas Tebat Rasau terbentuk pada tahun 2017 karena rasa kesadaran masyarakat lokal akan potensi pariwisata yang ada di desa Lintang dan demi menjaga lingkungan agar tetap asri. Tebat Rasau sendiri di ambil dari nama tanaman Rasau (*Pandanus Helicopus*) yaitu tanaman sejenis pandan yang tumbuh di sungai. Mereka juga dibekali pengetahuan budaya dan tradisi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur. Keumikan di tebat rasau karena spesifikasi lingkungan pada tebat rasau membuat ikan buntal bisa dimakan.

B. Pemasaran

Target pasar dari destinasi tebat rasau adalah semua kalangan baik itu wisatawan lokal dan mancanegara. Metode pemasaran dilakukan dengan cara word of mouth melalui travel agent yang ada di Belitung. Selain itu mereka juga aktif dalam media sosial seperti Instagram dan Facebook dengan membagikan momen keseharian mereka ke komunitas geosite lain.

C. Keuangan

Sumber keuangan dalam membangun destinasi Tebat Rasau awalnya dari sumbangan sukarela anggota kemudian dari hasil wisatawan yang berkunjung ke Tebat Rasau. Pemasukan hanya ada bila wisatawan membeli paket wisata yang tersedia seperti paket makan bedulang, paket bebanjor dan paket beranjuk. Semua transaksi dilakukan secara tunai. Semua paket wisata belum ada harga resmi namun untuk makan bedulang di kisaran Rp. 250.000

D. Produksi

Bahan baku yang digunakan baik itu untuk paket makan bedulang maupun proses pengolahan teh daun pelawan 80% menggunakan bahan lokal yang tersedia di sekitar kawasan Tebat Rasau.

Faktor kekuatan internal tradisi makan bedulang di tebat rasau meliputi ;

- 1) Daya tarik destinasi tebat rasau (Lingkungan, Budaya, Tradisi).
- 2) Salah satu geosite Pulau Belitung
- 3) Pengetahuan pengelola cukup baik mengenai tradisi makan bedulang.
- 4) Terdapat tradisi makan bedulang yang ditawarkan pada wisatawan.
- 5) Banyak tradisi yang bisa ditampilkan dan dilihat wisatawan.
- 6) Melibatkan masyarakat sekitar dalam pengembangan destinasi
- 7) Menggunakan bahan baku lokal
- 8) Bahan baku lokal tersedia di sekitar kawasan tebat rasau
- 9) Tidak menggunakan bahan pengawet dan penyedap rasa buatan pada masakan
- 10) Sikap dan etika pengelola sangat baik dengan wisatawan
- 11) Kemudahan akses menuju destinasi Tebat Rasau
- 12) Terdapat home stay
- 13) Fasilitas cukup lengkap (mushola, toilet, lahan parkir)

Faktor kelemahan internal tradisi makan bedulang di tebat rasau meliputi ;

- 1) Pengelolaan sumber daya manusia belum maksimal.
- 2) Tidak terdapat paket wisata resmi.
- 3) Tidak menerapkan biaya masuk destinasi.
- 4) Belum optimal dalam pembukuan keuangan.
- 5) Pembagian hasil belum dilakukan secara optimal
- 6) Harga paket wisata tidak konsisten.
- 7) Pengambilan bahan baku belum optimal
- 8) Tidak tersedia standar resep.
- 9) Jumlah homestay masih kurang.

Lingkungan Eksternal

A. Lingkungan Mikro

Analisis faktor eksternal lingkungan mikro dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden terhitung dari tanggal 4 Mei 2020 hingga 10 Mei 2020 target dalam penyebaran kuesioner ini yaitu wisatawan yang sedang atau sebelumnya sudah

pernah datang ke Belitung Timur serta menikmati tradisi makan bedulang. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal persepsi wisatawan meliputi kondisi ekonomi, wawasan pengetahuan, daya tarik dan promosi. Serta aspek-aspek yang mempengaruhi persepsi wisatawan meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif mengenai persepsi wisatawan terhadap tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur.

B. Lingkungan Makro

Analisis kondisi lingkungan pada lingkungan makro berdasarkan pedoman wawancara kepada komponen salapan cinyusu yang masuk dalam lingkungan makro yaitu pemerintah, pakar, pemerhati, lembaga swadaya masyarakat (NGO, *non gevorment organization*) dan Teknologi Informasi . Mengenai pengembangan tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur.

Faktor peluang eksternal tradisi makan bedulang di tebat rasau meliputi ;

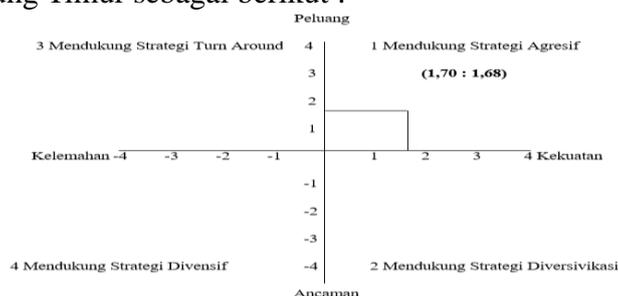
- 1) Tradisi makan bedulang banyak diminati wisatawan.
- 2) Wisatawan sangat tertarik belajar masak tradisi makan bedulang.
- 3) Keunikan eksplorasi sejarah dan budaya tradisi makan bedulang.
- 4) Berkembangnya wisata gastronomi.
- 5) Pangsa pasar yang luas.
- 6) Disbudpar setuju dengan penegmbangan destinasi tebat rasau sebagai wisata gastronomi makan bedulang di Belitung Timur.
- 7) Disbudpar terus melakukan upaya memfasilitasi destinasi tebat rasau seperti promosi, fasilitas dan pengembangan SDM.
- 8) Terdapat event tradisi makan bedulang yaitu Ngembarik de Belitong Timur.

Faktor ancaman eksternal tradisi makan bedulang di tebat rasau meliputi ;

- 1) Pesaing yang menawarkan paket makan bedulang.
- 2) Tradisi makan bedulang mengalami perbedaan.
- 3) Daya tampung wisatawan.
- 4) Faktor cuaca.

Strategi Pengembangan Wisata Gastronomi Tradisi Makan Bedulang

Berdasarkan hasil dari matriks IFE dan matriks EFE, selanjutnya adalah menentukan titik sumbu X yaitu IFE 2,19-0,49 (total kekuatan-total kelemahan) maka sumbu X pada posisi 1,70. Sedangkan sumbu Y yaitu EFE 2,13-0,45 (total peluang-total ancaman) maka sumbu Y berapa pada posisi 1,68. berikut ini adalah gambar yang menunjukkan positioning tradisi makan bedulang di destinasi tebat rasau sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur sebagai berikut :



Gambar 1 Positioning Kuadran SWOT

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Strategi dalam pengembangan tradisi makan bedulang di tebat rasau dianalisis menggunakan analisis matriks SWOT kemudian di atur prioritas strategi tersebut menggunakan matriks QSPM (*Qualitative Strategic Planning Matrix*) sehingga menghasilkan urutan strategi berikut ini:

1. Melakukan pelatihan SDM untuk meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan.
2. Memanfaatkan media promosi baik itu dari mulut ke mulut maupun media promosi elektronik untuk mengembangkan kawasan destinasi Tebat Rasau.
3. Melakukan inovasi namun tidak meninggalkan budaya dan tradisi asli makan bedulang.
4. Mengoptimalkan seluruh daya tarik baik itu lingkungan, budaya, dan tradisi.
5. Pemberdayaan SDM yang ada di sekitaran destinasi Tebat Rasau.
6. Memanfaatkan rumah-rumah masyarakat lokal di sekitaran kawasan destinasi Tebat Rasau untuk menjadi home stay.
7. Meningkatkan kualitas rasa, dan penyajian masakan serta penampilan SDM yang ada, agar sesuai dengan harga yang ditawarkan.
8. Memaksimalkan fasilitas pendukung seperti pondok souvenir bagi wisatawan.
9. Mengadakan evaluasi standar karyawan dan produk paket wisata yang di tawarkan.

Rute dan Paket Wisata Tradisi Makan Bedulang

Rute Gastronomi

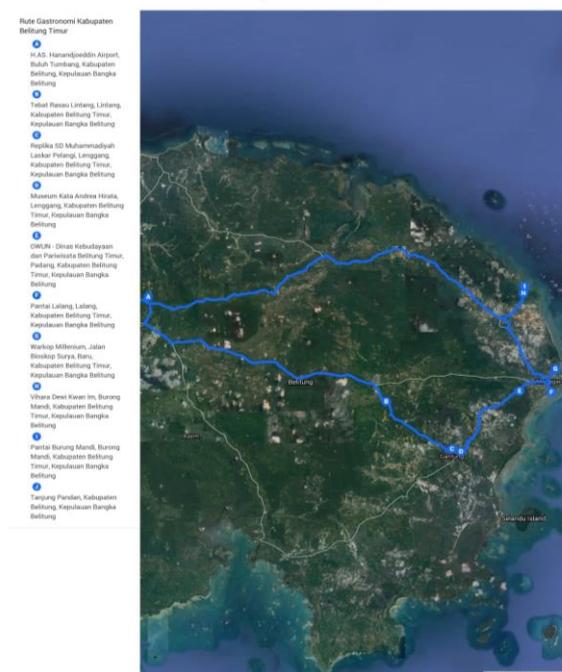
Rute gastronomi yang meliputi aktivitas yang dilakukan wisatawan seperti kunjungan ke area perkebunan, mencicipi makanan, tempat pembuatan produk teh pelawan, mengunjungi museum, menikmati alam dan tradisi yang ada di Belitung Timur. Melalui rute ini wisatawan diharapkan mendapatkan pengalaman dan *value* dari makanan yang disajikan.

Tabel 10. Rute Gastronomi

Lokasi	Kegiatan
Bandara Internasional H.AS Hanandjoedin	Penjemputan wisatawan
Perjalanan ke Tebat Rasau	Menjelaskan kegiatan yang akan di Lakukan selama perjalanan.
Tebat Rasau	Melihat proses pembuatan teh pelawan
Tebat Rasau	Mencari bahan baku pembuatan masakan tradisi makan bedlang
Tebat Rasau	Membuat masakan untuk tradisi makan bedulang
Tebat Rasau	Menikmati masakan pada tradisi makan bedulang
SD Laskar Pelangi	Mengunjungi wisata SD laskar Pelangi sambil istirahat
Museum Kata Andrea Hirata	Mengunjungi Museum Kata andrea Hirata
Kampung Ahok	Membeli souvenir dan melihat proses pembuatan Batik Belitung Timur
Pejalanan	Menuju Kecamatan Manggar
OWUN	Melihat informasi wisata yang ada di Belitung Timur di Objek Wisata Unik

Ngenjungak	
Pantai Lalang & Samak Bukit	Mengunjungi destinasi wisata Pantai Lalang dan Bukit Samak untuk melihat keindahan pantai di Belitung Timur
Wisata 1001 warung Kopi	Menikmati kopi khas Belitung Timur dan mencicipi jajanan pasar yang ada di sekitar kawasan 1001 Warung Kopi
Perjalanan	Perjalanan menuju Kecamatan Damar , destinasi wisata religi Vihara Dewi Kwan Im dan Pantai Burong Mandi
Vihara Dewi Kwan Im	Melihat wisata religi yang lokasinya berada di atas bukit yang menghadap ke arah laut
Pantai Burong Mandi	Menikmati senja dan mencicipi kan bakar langsung di tepi pantai
Perjalanan	Perjalanan pulang menuju Kabupaten Belitung untuk melanjutkan perjalanan tour selanjutnya.

Rute Wisata Gastronomi Kabupaten Belitung Timur



Gambar 2. Rute Gastronomi Belitung Timur

Paket Wisata Gastronomi

Setelah menentukan rute wisata gastronomi tradisi makan bedulang peneliti kemudian mengaplikasikan kedalam paket wisata yang memperhatikan aspek profil wisatawan, atraksi wisata, transportasi, waktu dan harga untuk wisata gastronomi Belitung Timur secara khusus di destinasi tebat rasau yang berkaitan dengan tradisi makan bedulang. Berikut ini berbagai alternatif paket wisata gastronomi tradisi makan bedulang di tebat rasau Belitung Timur :

A. Paket wisata gastronomi Rase Beranjuk de Rasau merupakan paket wisata yang menawarkan tradisi makan bedulang dengan konsep masakan sehari-hari. Harga yang ditawarkan dalam paket ini Rp.225.000/pax. Paket ini disusun untuk menginap satu hari satu malam di tebat rasau dan dilengkapi oleh aktivitas yang mencakup

kegiatan keseharian dan budaya masyarakat lokal. Makanan yang akan dicicipi antara lain Nasi, Gangan, Pucok Iding-iding, Sambal(terasi/serai/rusip), Lalapan, Ikan Bakar/Guring Cempedik, Pangut.

- B. Paket wisata gastronomi Nganyau Rasau merupakan paket wisata yang menawarkan tradisi makan bedulang dengan konsep masakan sehari-hari. Harga yang ditawarkan dalam paket ini Rp.85.000/pax. Paket ini disusun untuk sehari di tebat rasau dan dilengkapi oleh aktivitas yang mencakup kegiatan keseharian dan budaya masyarakat lokal. Makanan yang akan dicicipi antara lain Nasi, Gangan, Pucok Iding-iding, Sambal(terasi/serai/rusip), Lalapan, Ikan Bakar/Guring Cempedik, Pangut.
- C. Paket wisata gastronomi Raye Rasau merupakan paket wisata yang menawarkan tradisi makan bedulang dengan konsep masakan hari raya. Harga yang ditawarkan dalam paket ini Rp.240.000/pax. Paket ini disusun untuk menginap satu hari satu malam di tebat rasau dan dilengkapi oleh aktivitas yang mencakup makanan hari raya di Pulau Belitong dan budaya masyarakat lokal. Makanan yang akan dicicipi antara lain Nasi, Gangan, Umbut, Bumbu Ketumbar, Sambal Goreng, Sambal(Terasi/Serai/Rusip), Lalapan, Sate Ikan.
- D. Paket wisata gastronomi Singga Raye Rasau merupakan paket wisata yang menawarkan tradisi makan bedulang dengan konsep masakan hari raya. Harga yang ditawarkan dalam paket ini Rp.110.000/pax. Paket ini disusun untuk sehari di tebat rasau dan dilengkapi oleh aktivitas yang mencakup makanan hari raya di Pulau Belitong dan budaya masyarakat lokal. Makanan yang akan dicicipi antara lain Nasi, Gangan, Umbut, Bumbu Ketumbar, Sambal Goreng, Sambal(Terasi/Serai/Rusip), Lalapan, Sate Ikan .

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian dan pengujian :

1. Aseks-aspek gastronomi dalam tradisi makan bedulang adalah sebuah sistem yang dulunya digunakan untuk bersilahturahmi dengan empat elemen yang ada di masyarakat yaitu pemangku wilayah (pemerintah), pemangku agama, pemangku adat, dan masyarakat semua terikat dengan tata cara dan etika tertentu. Setiap makanan memiliki makna atau filosofi masing-masing. Makna yang terkandung pada makanan tersebut merupakan representasi dari potensi sumber daya alam dan kearifan lokal serta budaya yang ada di Belitong Timur. Tradisi makan bedulang disajikan pada perayaan budaya yang ada di Pulau Belitong terdiri dari tujuh jenis lauk pauk, nasi, minuman dan kudapan. Tradisi makan bedulang juga dilakukan pada keseharian masyarakat dalam lingkup keluarga. Untuk keseharian pemilihan masakan yang akan di sajikan disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan budaya. Resep yang digunakan masih menggunakan resep dan cara tradisional. Alat-alat yang digunakan untuk memasak, menyajikan, dan menyantap makanan tersebut masih menggunakan peralatan tradisional dan bahan baku yang digunakan adalah bahan baku lokal dengan memperhatikan nilai gizi yang terkandung didalamnya.
2. Faktor internal persepsi wisatawan skor tertinggi pada tradisi makan bedulang terdapat pada indikator wawasan pengetahuan yaitu keunikan tradisi makan bedulang. Skor terendah terdapat pada indikator wawasan pengetahuan mengenai pemahaman informasi tradisi makan bedulang. Adapun faktor eksternal persepsi wisatawan skor tertinggi pada

indikator daya tarik yaitu wisatawan setuju jika tradisi makan bedulang dijadikan sebagai atraksi wisata gastronomi di Belitung Timur. Skor terendah yaitu keterbatasan informasi berupa promosi mengenai paket wisata makan bedulang hal ini menunjukkan bahwa informasi tradisi makan bedulang cukup mudah namun harus lebih ditingkatkan mengenai promosi tradisi makan bedulang.

3. Variabel persepsi internal wisatawan (kondisi keuangan dan wawasan pengetahuan) dan persepsi eksternal wisatawan (daya tarik dan promosi) berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan sebesar 63,5%. Sisanya 36,5% dijelaskan atau dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti kepribadian, motivasi, minat, dan sikap.
4. Faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan pada tradisi makan bedulang di Tebat Rasau terdapat pada daya tarik wisata, penggunaan bahan baku lokal, terdapat tradisi makan bedulang, fasilitas pendukung cukup lengkap, tidak menggunakan bahan tambahan makanan buatan pada masakan. Faktor lingkungan Internal yang menjadi kelemahan yaitu pengelolaan sumber daya manusia yang belum maksimal, pembagian hasil belum optimal, pengambilan bahan baku belum optimal, belum optimal dalam pembukuan keuangan, dan harga paket yang tidak konsisten. Pada faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang pada tradisi makan bedulang di Tebat Rasau yaitu tradisi makan bedulang banyak diminati wisatawan, dukungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur terhadap tradisi makan bedulang, keunikan eksplorasi sejarah dan budaya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur setuju pengembangan destinasi Tebat Rasau sebagai wisata gastronomi, dan terdapat event tradisi makan bedulang yang rutin dilakukan setiap tahun yaitu Ngembarik de Belitung Timur. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi ancaman yaitu daya tampung wisatawan, faktor cuaca, perbedaan tradisi makan bedulang, dan pesaing yang menawarkan paket tradisi makan bedulang.
5. Strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan wisata gastronomi tradisi makan bedulang di Tebat rasau berdasarkan analisis positioning kuadran SWOT yaitu mendukung mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Tradisi makan bedulang di destinasi Tebat Rasau sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada serta dapat menanggulangi kelemahan dan ancaman. Analisis matriks SWOT menghasilkan 9 strategi yang mana prioritas pertama strategi yang harus dilakukan adalah Melakukan pelatihan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan agar komunitas tebat rasau bisa membuat perencanaan jangka pendek, menengah dan panjang untuk kemajuan destinasi sehingga wisatawan semakin banyak yang berkunjung dan menikmati tradisi makan bedulang.
5. Hasil akhir dari penelitian ini adalah peneliti menyusun rute dan paket wisata gastronomi di Kabupaten Belitung Timur untuk mengkoordinir makanan pada tradisi makan bedulang . Rute dan paket wisata gastronomi ini menunjukkan beberapa kegiatan dan tempat yang bisa dikunjungi sebagai panduan bagi wisatawan saat berlibur di Kabupaten Belitung Timur. Paket wisata ini juga dapat dijadikan sebagai paket wisata gastronomi tradisi makan bedulang di destinasi Tebat Rasau dan bahan kajian bagi pemerintah untuk mengembangkan wisata gastronomi tradisi makan bedulang di Kabupaten Belitung Timur.

Ucapan Terima Kasih

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur.
2. Komunitas Tebat Rasau.

DAFTAR PUSTAKA

- Almunfahannah, A. (2019). Sajian Dalam Upacara Adat Wuku Taun Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi Di Desa Lamajang (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism management*, 24(4), 423-435.
- Fentri, D. M., & Achnes, S. (2017). Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau (Doctoral dissertation, Riau University).
- Gelgel, I. P. (2006). Industri pariwisata Indonesia dalam globalisasi perdagangan jasa (GATS-WTO): implikasi hukum dan antisipasinya. Refika Aditama.
- Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*. (2019). Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism.
- Nuraeni, R. (2018). Strategi Pengembangan Chinatown Sebagai Destinasi Wisata Gastronomi Halal Di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Nuriata. (2014). *Penyusunan Produk Dan Perhitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung.
- Turgarini, D. (2018). Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di KOTA BANDUNG (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. ed. andi. Yogyakarta.
- Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). Pariwisata dalam tata ruang wilayah. Penerbit ITB.