

Strategi Bauran Pemasaran Kuliner Lotek Dalam Meningkatkan Wisata Kuliner Di Kabupaten Karawang (Studi Kasus Lotek Ci Apang)

Pryogo Susanto ^{1, @}, Merin Sasmita ^{2, @}

¹ Parahyangan Catholic University

² Parahyangan Catholic University

ARTICLE INFO

Keywords:

Local Culinary,
Marketing Mix,
Strategy,
Culinary Tourism,
Lotek

ABSTRACT

This study has a goal to find out the marketing mix strategy at the Lotek Ci Apang restaurant in Karawang Regency, West Java to improve local cuisine. The purpose of this study is in accordance with the formulation of the problem, this research uses qualitative methods by collecting data by means of triangulation, namely interviews, direct observation on the spot and carrying out documentation, data analysis techniques and drawing conclusions into a triangulation table to conclude information obtained from various parties. The results showed that the marketing mix strategy carried out by Lotek Ci Apang was based on the 7P marketing mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence) to develop local culinary delights, especially lotek. So the marketing mix strategy carried out at the Lotek Ci Apang restaurant can help and develop local cuisine based on marketing mix indicators.



This is an open access article under the CC BY-SA License

1. Pendahuluan

Setiap daerah sudah memiliki ciri khas pada hidangan yang akan disajikan. Indonesia merupakan negara kepulauan dengan berbagai macam suku dan budaya, sehingga Indonesia memiliki keunikan terutama pada dunia kulinernya. Kuliner sudah menjadi hal kewajiban bagi sebagian wisatawan yang akan berkunjung, bahkan terdapat wisatawan yang melakukan perjalanan hanya untuk melakukan kuliner. Hal ini dikarenakan kuliner Indonesia terdapat potensi yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut. Berdasarkan data

[@] yogonio46@gmail.com

yang diambil dari Badan Pusat Statistik untuk jumlah perjalanan wisatawan nusantara pada tahun 2021 di beberapa provinsi.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan 20 destinasi kuliner Indonesia yang ditetapkan pada tahun 2021 antara lain daerah Jakarta, Tangerang, Bogor, Padang, Semarang, Bandung, Yogyakarta, Solo, Bali, Surabaya, Malang, dan Makassar.

Bandung dan Bogor merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat, Jawa Barat memiliki luas daerah 35.378 km² yang terbagi menjadi 27 wilayah diantaranya 18 kabupaten dan 9 kota. Jawa Barat merupakan peninggalan kerajaan Tarumanegara, Kerajaan Padjajaran, Kesultanan Cirebon, dan akhirnya diambil alih oleh pemerintah Belanda yang disebut juga sebagai VOC. Wilayah Jawa Barat memiliki kondisi alam yang berstruktur geologi yang kompleks, dengan wilayah pegunungan berada di bagian tengah dan selatan serta dataran rendah di wilayah utara, sehingga Jawa Barat memiliki potensi wisata dari segi wisata alamnya. Kekayaan alam yang dimiliki Provinsi Jawa Barat yang terbagi menjadi 27 wilayah terdapat potensinya masing-masing untuk menarik wisatawan berkunjung, terutama dibidang kuliner, Provinsi Jawa Barat memiliki peluang sebagai citra destinasi wisata kuliner seperti di daerah Bandung, Bogor, Karawang, Cirebon, Purwakarta, dan lain-lain.

Kabupaten Karawang merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat, bahkan disebut juga sebagai lumbung padi. Kabupaten Karawang terdapat potensi wisata mulai dari alam, buatan, sejarah, religi, dan kuliner. Wisata alam yang berada di daerah Kabupaten Karawang antara lain Curug Cigentis, Pantai Tanjung Pakis, Danau Cipule, Bukit Kembar Puncak Pinus. Wisata buatan terdapat Taruma Leisure Waterpark, Waterboom Kampung Wisata Curug Cigentis, Situ Kamojing. Wisata sejarah terdapat Bendungan Walahar, Monumen Rawagede, Rumah Pengasingan Soekarno, Tugu Proklamasi. Wisata religi terdapat Masjid Agung Karawang, Vihara Sian Djin Ku Poh, Makam Syekh Quro, Makam Syekh Gentong. Wisata kuliner terdapat Serabi Kuntilanak, Pepes Walahar, Opak Ketan, Soto Gempol, Tahu Bumbu, Karedok, Lotek, dan Kue Semprong.

Data yang terdapat di Badan Pusat Statistik menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata pada periode tahun 2021 menunjukkan bahwa Kabupaten Karawang menduduki di peringkat ke-6 dengan total 1.800.393. Obyek wisata yang diminati oleh wisatawan antara lain Pantai Tanjung Pakis, Pantai Samudera Baru, Pantai Cibendo, Grand Canyon, dan Curug Cigentis. Sedangkan, selain wisata alamnya wisatawan yang berkunjung ke Karawang juga datang untuk melakukan wisata religi. Kabupaten Karawang sebuah wilayah yang menjadi jalur perlintasan penghubung antara provinsi DKI Jakarta yang menuju ke daerah Jawa dan sebaliknya, bisa menggunakan jalan tol maupun jalur alternatif.

Berkembangnya Kabupaten Karawang menjadikan peluang untuk mendatangkan wisatawan untuk berkunjung melalui kuliner. Khususnya kuliner tradisional yang sudah diadaptasi secara turun menurun yaitu lotek, dan lotek menjadi salah satu warisan kuliner yang berasal dari Jawa Barat. Lotek yang terkenal di daerah Karawang yaitu lotek Ci Apang yang terletak di pusat kota sehingga kuliner ini cukup strategis dari segi lokasi. Menurut [Ketaren \(2017\)](#) lotek merupakan makan yang berbahan dasar sayuran matang dengan menggunakan bumbu kacang. Lotek merupakan hidangan salad tradisional yang berasal dari Indonesia, lotek juga merupakan hidangan khas Jawa Barat. Salah satunya terdapat rumah makan yang menyajikan spesial lotek yaitu rumah makan Lotek Ci Apang. Lotek Ci Apang ini dulunya hanya satu saja, namun sekarang menjadi dua yaitu Lotek Ci Apang Karawang yang berlokasi di Jl. Moh Kosim Babakan Cianjur, RT 01, RW 30, Blok C No. 3, Tuparev Karawang, Jawa Barat 41312 dan Lotek Ci Apang yang berlokasi di Kp. Babakan Cianjur. Lokasi tersebut tidak berjauhan, ketika sebelum menjadi dua, Lotek yang terdapat pada rumah makan Ci Apang merupakan kegemaran sebagian masyarakat kota Karawang, bahkan mantan Presiden ke-6 Bapak Susilo Bambang Yudhoyono pernah berkunjung untuk mencicipi hidangan lotek tersebut. Lotek Ci Apang menjual aneka makanan yaitu lotek, karedok, dan aneka rujak. Lotek

terdiri sayuran kacang panjang, kol, kangkung, toge, dan angka sayur. Tulisan lotek ini dimaksud mendeskripsikan kuliner lotek mulai dari proses pembuatan hingga cara penyajiannya. Tujuannya adalah untuk menjadi salah satu referensi kajian yang diharapkan dapat menjadi salah satu bahan dalam proses pengajuan penetapan sebagai salah satu warisan budaya kuliner di Indonesia.

Namun, kehadiran kuliner tradisional di tengah kota tersebut masih belum cukup diketahui oleh sebagian masyarakat dan hanya sebagian warga Karawang saja yang mengetahui kuliner tradisional tersebut. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan wisata kuliner di Kabupaten Karawang melalui kuliner lotek yang terdapat di Lotek Ci Apang.

2. Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Lotek Ci Apang Jl. Mochamad Kosim No.3, Nagasari, Kec. Karawang Barat., Karawang, Jawa Barat 41312. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan catatan lapangan, foto, dan naskah wawancara.

Sehingga penelitian ini dapat terdukung dengan menggunakan pendekatan yang dilakukan secara terjun langsung ke lapangan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah makan Lotek Ci Apang yang akan menjadikan peningkatan wisata kuliner di Kabupaten Karawang.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik kualitatif, dimana terdapat teknik analisis data yang menggunakan jenis data berupa informasi yang secara lisan maupun tulisan. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Pengumpulan data

Pengumpulan data untuk mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan dengan beberapa pertanyaan yang sudah disusun dan disiapkan terlebih dahulu.

Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah cara menyederhanakan dan berfokus pada sebuah data yang telah ditemukan di lapangan kemudian diambil dari hasil wawancara dengan informan, sehingga peneliti fokus pada data yang berdasarkan kategori saja.

Penyajian data

Setelah melakukan reduksi langkah selanjutnya adalah penyajian data yang dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Pada penelitian kualitatif data yang ditampilkan berupa teks bersifat naratif.

Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir yang merupakan hasil proses dari tahap sebelum-sebelumnya. Tahap ini untuk mencari atau memahami arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau perbandingan.

3. Hasil dan Pembahasan

Usaha kuliner Lotek Ci Apang didirikan pada tahun 1954 yang berada di tengah kota Karawang tepatnya Lotek Ci Apang yang berlokasi di Kp. Babakan Cianjur, Karawang Barat. Usaha ini bergerak dalam bidang usaha kuliner makanan khas sunda yang diolah dari berbagai sayuran.

Tabel 1. Tabel Triangulasi

Strategi Pemasaran	Segmentasi Pasar	Segmentasi Pasar Telah Berjalan Dengan Baik
	Menargetkan Pasar	Target pasar sudah berjalan dengan baik
	Memposisikan Pasar	Posisi target pasar sudah terbilang baik
Strategi Bauran	Tujuh Indikator	Produk baik dan variatif, harga terjangkau, lokasi strategis, promosi melalui media sosial (Whatsapp), mulut ke mulut serta pemesanan melalui aplikasi online, bukti fisik tempat yang aman, nyaman serta kapasitas yang memadai, namun untuk parkir masih perlu diperhatikan, konsumen dan penjual memiliki hubungan yang baik serta interaksi yang positif.
Wisata Kuliner	Melestarikan Kuliner	Makanan tradisional belum sepenuhnya dilestarikan dan dikembangkan. Terlebih dari segi segmentasi lokasi sudah cukup strategis.
	Menunjang Pertumbuhan Usaha	Meningkatkan usahanya dengan memanfaatkan media sosial serta adanya peran dari pemerintah.

Berdasarkan data dari tabel Triangulasi menunjukkan jika strategi bauran pemasaran yang dilakukan usaha lotek Ci Apang dalam meningkatkan penjualan yang didasari oleh tujuh indikator utama yaitu product, price, place, promotion, people, process, physical evidence. Ketujuh indikator tersebut memiliki perannya masing-masing dan sangat penting, untuk mengatur serta meningkatkan kunjungan. Strategi bauran pemasaran pada suatu produk memang seharusnya diperhatikan sehingga dapat melestarikan makanan tradisional dan menjadikan Kabupaten Karawang menjadi sebuah destinasi kuliner.. Pada penelitian ini terdapat proses pengumpulan data dengan pemilik usaha kuliner yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

Product yang ditampilkan pada rumah makan Lotek Ci Apang adalah lotek ketupat / nasi, karedok ketupat / nasi, rujak kletuk, rujak colek, asinan buah, asinan banci, asinan sayur, es campur, es kacang ijo, es jeruk. Lotek dan karedok merupakan hidangan khas Jawa Barat, sayuran yang matang dicampur dengan bumbu kacang yang dinamakan dengan lotek, sedangkan karedok menggunakan sayuran mentah dan dicampur dengan bumbu kacang. Menurut [Ketaren \(2017\)](#) lotek merupakan makan yang berbahan dasar sayuran yang dicampur dengan bumbu kacang. Hal ini didukung dengan geografi Jawa Barat yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah. Lotek yang dihidangkan oleh rumah makan Ci Apang pada proses pembuatannya masih tradisional yaitu dengan menggunakan cobek batu tanpa menggunakan alat-alat modern. Bahan yang digunakan dalam proses pembuatan lotek adalah kol,angka, toge, kacang panjang, dan sayur kangkung yang kemudian direbus.

Price atau harga yang dipasarkan oleh Lotek Ci Apang berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen sudah sesuai dengan yang dijual hal ini sesuai dengan hasil penelitian [Kaligis, Silvy, dan Ferdy \(2021\)](#) dari harga sudah sesuai dengan nilai pemasaran sehingga

harga yang diberikan cukup terjangkau untuk pelanggan / konsumen dan dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Place rumah makan tersebut terletak di Kabupaten Karawang, tepatnya di tengah kota, berdasarkan lokasinya cukup strategi karena mudah dijangkau dan mudah bila menggunakan angkutan umum, serta masih terdapat kendaraan beroda tiga yaitu becak.

Promotion, promosi merupakan hal yang wajib dilakukan bagi semua usaha rumah makan dengan tujuan memperkenalkan produk yang akan dijual. Rumah makan lotek Ci Apang sudah melakukan promosi dengan menggunakan media sosial antara lain: Instagram, WhatsApp, dan aplikasi ojek online yaitu Go Food. Menurut [Kotler dan Keller \(2008:192\)](#) dan penelitian yang dilakukan oleh Winarta (2018) bahwa word of mouth yang bersifat electronic dapat membantu dari segi pemasaran dan menyebarkan informasi serta memudahkan mendapatkan informasi untuk konsumen.

Process, proses merupakan prosedur atau mekanisme yang digunakan untuk menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan hal tersebut dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong pada penelitian [Amanah \(2015\)](#). Pada proses pemesanan menu makanan dilakukan secara langsung kemudian makanan akan diantar ke meja konsumen, ketika sudah selesai makan baru melakukan proses pembayaran. Peneliti melakukan observasi pada proses pembuatannya terutama pada lotek. Proses pembuatan bumbu kacang terbilang masih tradisional tanpa menggunakan barang elektronik seperti blender melainkan menggunakan cobek batu, sayuran yang digunakan direbus namun tidak semuanya direbus ibaratnya dari “10 kg sayuran yang direbus sekitar 2 kg” hal ini untuk menghindari sayuran yang sudah direbus cepat rusak atau basi sehingga sayuran yang digunakan sedikit terlebih dahulu.

People, sebagai pendukung kelancaran sebuah rumah makan diperlukan untuk bertujuan agar rumah makan tersebut tetap dengan kondisi yang baik dan maksimal. Pernyataan ini didukung oleh teori Kotler dan Amstrong (2012:62) bahwa semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai rumah makan, konsumen, dan konsumen lain.

Physical Evidence, rumah makan Lotek Ci Apang berlokasi di Jl. Moh Kosim Babakan Cianjur, RT 01, RW 30, Blok C No. 3, Tuparev Karawang. Lotek Ci Apang memiliki lokasi yang strategis terutama jalan Tuparev merupakan jalur utama menuju pusat kota, serta tidak jauh bila datang berkunjung untuk kuliner di Lotek Ci Apang, namun terdapat kekurangan seperti lahan parkir yang tidak sulit bagi pengendara mobil. Lotek Ci Apang sendiri sudah ada sejak tahun 1954 hingga sekarang dan sudah turun menurun.

Berdasarkan ketujuh indikator bauran pemasaran yang telah dilakukan dengan pengumpulan data dan kemudian melakukan proses analisis data dan hasilnya terdapat beberapa strategi yang masih belum sesuai untuk melakukan pengembangan kuliner tradisional lotek di daerah Karawang, sedangkan dari media sosial sudah ada walau jarang aktif di Instagram. Pada hal ini diperlukan pemilik usaha lebih baik aktif pada media sosial serta pemerintah daerah khususnya dinas Pariwisata membantu dalam hal ini agar bertujuan memperkenalkan kuliner tradisional yang ada di wilayah Kabupaten Karawang, sehingga wisatawan yang berkunjung ke Karawang dapat mencoba kuliner lotek khas Karawang. Selain itu, pemerintah juga dapat membantu dari segi pengelolaan parkir sehingga dengan begini pemerintah telah mendukung kemajuan kuliner lokal untuk kemajuan Kabupaten Karawang.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kepada rumah makan Lotek Ci Apang mengenai strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan wisata kuliner lokal, maka dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang dilakukan rumah makan Lotek Ci Apang dapat mempertahankan usahanya serta dapat meningkatkan penjualan yang dilihat dari ketujuh indikator yaitu, 1) Produk, tradisional, tentu saja enak dan berkualitas, serta bersih;

2) Harga, cukup terjangkau dan sesuai dengan porsi yang didapat; 3) Lokasi, lokasi yang cukup strategis di tengah kota; 4) Promosi, menggunakan word of mouth serta media sosial yang harus diserihsin; 5) Orang, pemilik rumah makan berinteraksi langsung kepada konsumen sehingga memiliki hubungan yang baik; 6) Proses, proses pemesanan hingga pembuatan berjalan baik; 7) Bukti fisik, dari segi tempat bersih, sejuk, namun tempat parkir yang kurang memadai.

Demi kemajuan bersama terutama dunia pariwisata harus bekerja sama dengan antara pemerintah daerah dan pemilik rumah makan, serta mempertahankan cita rasa yang ada pada Lotek Ci Apang.

Daftar Pustaka :

Article :

- Amanah, Diah. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 21(81).
- Kaligis, T. I., Mandey, S. L., & Roring, F. (2021). Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1775-1785.
- Milwood, Pauline A & Anne P. Crick. (2020). Culinary Tourism and Post-Pandemic Travel: Ecosystem Responses to an External Shock. *Journal of Tourism, Heritage & Service Marketing*. Vol. 7 (1), p. 23–32.
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Pesona*, Vol. 2 No. 1 (ISSN (print): 1410–7252 ISSN (electronic): 2541–5859).
- Togubu, R. Y. (2022). PENGARUH PROMOTIONS MIX TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI HOTEL SANTIKA PREMIERE SLIPI, JAKARTA. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 8(1).
- Wahyuningtias, D., Lestari, N. S., & Levyta, F. (2018). STRATEGI PEMASARAN DODOL BETAWI HB. TOHAHB. TOHA DI JAKARTA. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1).
- Yulita, H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 2(2).

Book :

- Ketaren, Indara Karona. 2017. *Gastronomi Upaboga Indonesia*. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Pramezwarly, Amelda., Juliana., dan Ira B. Hubner. (2021). Desain Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Kota Bandung. *Pariwisata*. 8(1). 10-21.
- Simbolon, S. I., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Tripang Garo Uje Desa Kawiley Kabupaten Minahasa Utara. *Productivity*, 3(2), 151-156.
- Stone, M. J., Migacz, S. & Wolf, E. (2018). Beyond The Journey: The Lasting Impact of Culinary Tourism Activities. *Current Issues in Tourism*. Volume Vol. 22, No. 2, p. 147–152.
- Winata, V. (2018). Pengaruh e-WOM Terhadap Intention Wisata Di Raja Ampat Papua (Theory of Planned Behavior). *CALYPTRA*, 6(2), 982-1000.