

Motivasi Wisata Kuliner di Pracima Tuin Pura Mangkunegaran

Siti Yumna Annisa*, Rahmat Darmawan, Abdul Kadir Ritonga

Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan, Indonesia

*Email: yumnadz93@gmail.com

Submitted: 13 Agustus 2024, Revised: 29 September 2024, Accepted: 10 Oktober 2024, Published: 14 Oktober 2024

Abstrak

Melalui dukungan pemerintah, masyarakat begitu antusias untuk membangun dan menggaungkan kota Surakarta sebagai kota gastronomi. Berangkat dari referensi yang terkandung dalam serat Centhini, yang telah melalui pengkajian dan riset mendalam, akhirnya Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Arya (KGPAA) Mangkunegara X selaku raja Pura Mangkunegaran, memutuskan untuk membuka Pracima Tuin sebagai restoran yang menawarkan menu sajian khas Mangkunegaran. Berada di kawasan keraton Mangkunegaran, tempat ini menjadi semakin menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati kuliner khas Jawa, sekaligus melihat atraksi budaya, dan keindahan Pracima Tuin. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, dengan memanfaatkan teori motivasi dari Crompton dan McKay, yaitu tentang bagaimana suatu tempat/event kuliner dapat menawarkan kebaharuan dan nuansa berbeda. Hal ini diyakini dapat menambah rasa antusias, sekaligus penasaran para wisatawan untuk menikmati sajian kuliner dan atraksi pendukungnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat motivasi wisatawan yang berkunjung ke Pracima Tuin. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya ragam motivasi yang melatarbelakangi para wisatawan yang berkunjung ke Pracima Tuin, diantaranya terkait kualitas makanan, makanan yang baru dan berbeda, sejarah kuliner/storytelling, atraksi budaya, fasilitas pendukung, hobi/suka, rasa penasaran, memuaskan hasrat, ruang bernostalgia, dan berkumpul bersama keluarga/kolega/rekan kerja.

Kata kunci: *Pura Mangkunegaran; Pracima Tuin; Gastronomi; Motivasi; Surakarta*

Abstract

Through government support, the community is extremely enthusiastic about developing and promoting Surakarta city as a gastronomic city. As stated in Centhini manuscript with an in-depth study and research, ultimately, Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Arya (KGPAA) Mangkunegara, a King of Pura Mangkunegaran, decided to open Pracima Tuin as a restaurant offering the uniqueness of Mangkunegaran cuisine menu. The Mangkunegaran palace area was a strategic place; thus, it increasingly attracted tourists to visit and enjoy typical Javanese culinary delights and also watch the cultural attractions and the beauty of Pracima Tuin. The research employed a descriptive-qualitative method and utilized the motivation theory of Crompton and McKay on how a culinary place/event could offer novelty and a different nuance. Certainly, it could increase the enthusiasm and curiosity of tourists to enjoy the culinary cuisine and supporting attractions. The research aimed to find out the motivation of tourists who visited Pracima Tuin. The research results revealed that there were various motivations behind tourists visiting Pracima Tuin, including food quality, new and different food, culinary history/storytelling, cultural attractions, supporting facilities, hobbies/interests, curiosity, satisfying desires, reminiscing space, and gathering with family/colleagues/co-workers.

Keywords: *Pura Mangkunegaran; Pracima Tuin; Gastronomy; Motivation; Surakarta*

Cite this as: Annisa, S. Y., Darmawan, R., dan Ritonga, A. K. 2024. Motivasi Wisata Kuliner di Pracima Tuin Pura Mangkunegaran. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 13(2). 280-289. doi: <https://doi.org/10.20961/semar.v13i2.92175>

Pendahuluan



Trend pariwisata dewasa ini adalah wisata kuliner. Wolf dalam Suriani (2019:12) menjelaskan bahwa “*Culinary tourism is not prentious for exclusive. It includes any unique and memorable gastronomic experience, not just restaurant rate four star or better and include both food and all type of beverages*”. Pernyataan tersebut dapat dimaknai bahwa wisata kuliner bukan hal yang mewah dan eksklusif, dan wisata kuliner menekankan pada pengalaman bukan pada kemewahan dari restoran maupun kelengkapan jenis makanan atau minuman yang tersedia.

Mengemas kuliner lokal sebagai bisnis industri budaya merupakan sebuah usaha yang dapat memberikan berbagai manfaat positif, karena selain dapat memberikan manfaat ekonomis bagi pelaku bisnisnya juga dapat menimbulkan manfaat sosial-budaya bagi pebisnis, masyarakat dan konsumen. Manfaat sosial-budaya yang diperoleh diantaranya dapat menimbulkan kesadaran akan kekayaan budaya yang ada di suatu daerah, kesadaran akan kelebihan yang dimiliki oleh makanan tradisional yang tentunya tidak kalah lezat dan bergizi dibandingkan dengan kuliner luar (*fast food*) yang justru dinyatakan kurang baik bagi kesehatan (Sugiarti, 2019).

Kekayaan budaya kota Surakarta yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam kerangka kepariwisataan adalah kuliner. Kuliner kota yang beragam sejatinya belum sepenuhnya dikemas menjadi salah satu wisata andalan kota. Padahal jika dilihat dari sisi potensi kuliner yang beragam, Surakarta menyimpan referensi kuliner yang lezat yang tersebar di berbagai titik di seluruh penjuru kecamatan, bahkan desa dengan masing-masing kuliner khasnya. Kekayaan kuliner tersebut merupakan sebuah modal besar yang harus dimanfaatkan dalam rangka pengembangan daerah dari sisi kepariwisataan (Wardani, 2018).



Gambar 1. Menu kuliner di Pracima Tuin

Hadirnya kekayaan kuliner yang terdapat kota Surakarta memiliki daya tarik tersendiri bagi sejumlah wisatawan. Cita rasa yang lezat serta penyajian yang menarik membuat kekhasan pada suatu tempat dimana kuliner tersebut berasal. Pemetaan kuliner tersebut merujuk pada kondisi beragamnya kuliner yang memiliki kekhasan. Pracima Tuin menyimpan kekhasan tersebut, yang dapat dijadikan sebagai kekuatan dalam membangun kepariwisataan daerah khususnya pada wisata kuliner di kota Surakarta (Annisa, 2023).



Gambar 2. Pracinma Tuin Pura Mangkunegaran

Pracinma Tuin memegang salah satu tongkat estafet didalam pengembangan daya tarik wisata di Jawa Tengah. Dengan berdirinya Pracinma Tuin, diharapkan mampu untuk mengoptimalkan fungsi rekreasi dan wisata kuliner, serta mampu mengkoneksikan berbagai aktifitas kepariwisataan yang saling mendukung dengan berbagai elemen masyarakat.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa adanya ragam motivasi pengunjung ke Pracinma Tuin Pura Mangkunegaran. Artikel ini diharapkan dapat memberikan petunjuk, sekaligus referensi bagi pemerintah kota Surakarta, dan terkhusus pihak pengelola Pracinma Tuin dalam memberikan pelayanan prima kepada para wisatawan lokal maupun mancanegara.

Metode

Berangkat dari penelusuran penelitian tentang kajian gastronomi yang ditulis oleh Hegarty dan O'Mahony (2001) yang berjudul: "*Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expressionism and an Aesthetic for Living.*" Tulisan ini mengulas tentang bagaimana gastronomi bisa menjadi sebuah fenomena dalam mengekspresikan nilai budaya dan estetika. Dalam artikel ini penulis menjelaskan mengenai budaya suatu masyarakat termanifestasi dalam berbagai cara, dalam seni, bahasa dan sastra, musik, dan dalam segala bentuk ritual keagamaan dan sekuler. Namun, ekspresi budaya, meskipun merupakan faktor yang kuat dalam pendefinisian dan pengembangan spesies manusia, tidak selalu penting dalam arti utilitarian. Sebaliknya, hal ini dapat dianggap sebagai sekelompok kegiatan yang biasanya disebut sebagai "seni untuk hidup", yang memberikan substansi, makna, kesinambungan, dan nilai untuk hidup dalam kelompok sosial tertentu. Artikel ini berargumen bahwa gastronomi, pemilihan, persiapan, penyajian, dan partisipasi dengan aspek kuliner dan gastronomi makanan, masuk ke dalam kategori 'aktivitas seni yang baik' karena sebagian besar masyarakat berusaha untuk membedakan persiapan makanan mereka ke dalam metode penyajian dan partisipasi yang murni utilitarian atau yang sangat berkembang dan bergaya, dalam banyak kasus tidak hanya dirancang untuk konsumsi, tetapi juga untuk tujuan status, ritualistik, dan estetika.

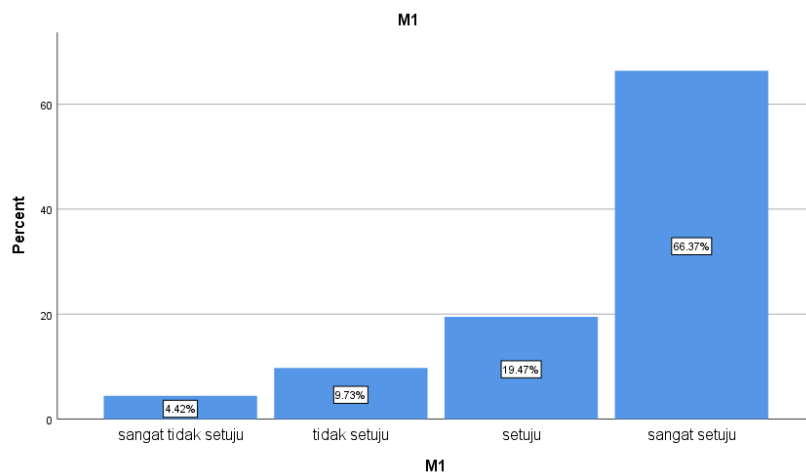
Penelitian ini berlokasi di Pracinma Tuin Pura Mangkunegaran, tepatnya di Jalan RA Kartini, Timuran, Kec. Banjarsari, kota Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, dengan memanfaatkan teori motivasi dari Crompton dan McKay (1997), yaitu tentang bagaimana suatu tempat/event kuliner dapat menawarkan kebaharuan dan nuansa berbeda. Hal ini diyakini dapat menambah rasa antusias, sekaligus penasaran para wisatawan untuk dapat menikmati sajian kuliner serta atraksi pendukungnya. Untuk melihat sejauh mana motivasi dari para pengunjung, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden. Dari kuesioner ini peneliti akan melihat apa yang menjadi motivasi wisatawan berkunjung ke Pracinma Tuin Pura Mangkunegaran.

Hasil dan Pembahasan

Motivasi Wisatawan di Pracima Tuin

Untuk mendeskripsikan motivasi wisatawan mengunjungi Pracima Tuin Pura Mangkunegaran, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden. Pertanyaan kuesioner disusun berdasarkan teori motivasi wisata kuliner oleh Smith (2009) dan Crompton (1997). Adapun hasil olahan kuesioner adalah sebagai berikut:

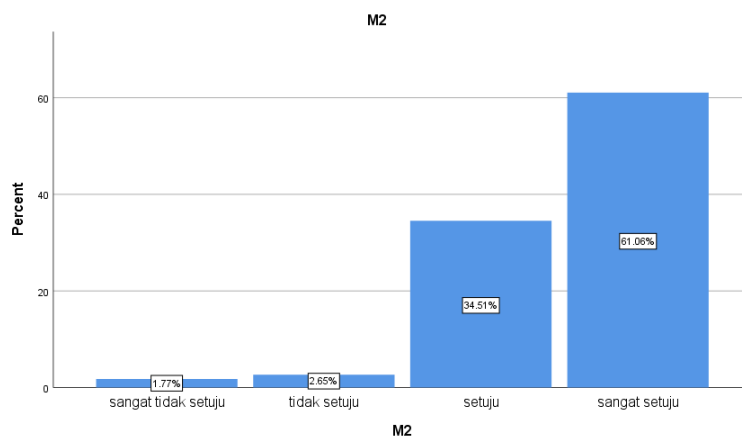
A. Pertanyaan 1: Saya menyukai makanan yang berkualitas



Gambar 3. Grafik tentang rasa suka pengunjung terhadap makanan yang berkualitas

Untuk pernyataan pertama, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 37%. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 19,47%. Kemudian 9,73% informan menjawab tidak setuju dan 4,42% dan sebanyak 4,42% informan menjawab sangat tidak setuju.

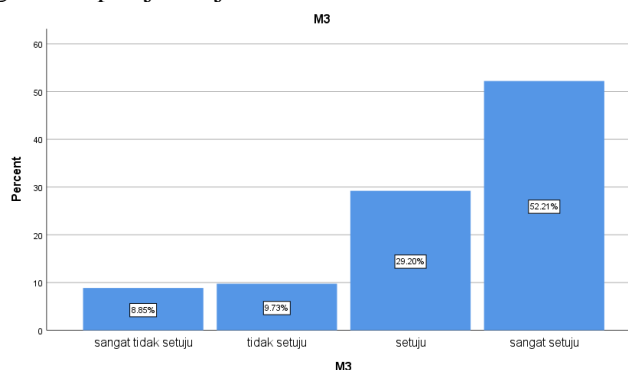
B. Pertanyaan 2: Saya ingin mencari makanan yang baru dan berbeda



Gambar 4. Grafik tentang rasa suka pengunjung terhadap makanan yang baru/berbeda

Untuk pernyataan kedua, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 61,6%. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 34,51%. Kemudian 2,65% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 1,77% informan menjawab sangat tidak setuju.

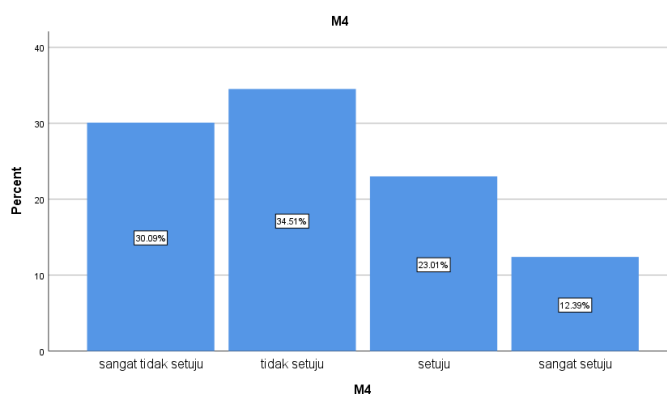
C. Pertanyaan 3: Saya ingin mempelajari sejarah makanan keraton



Gambar 5. Grafik tentang rasa suka pengunjung terhadap sejarah makanan keraton

Untuk pernyataan ketiga, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 52,21%. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 29,20%. Kemudian 9,73% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 8,85% informan menjawab sangat tidak setuju.

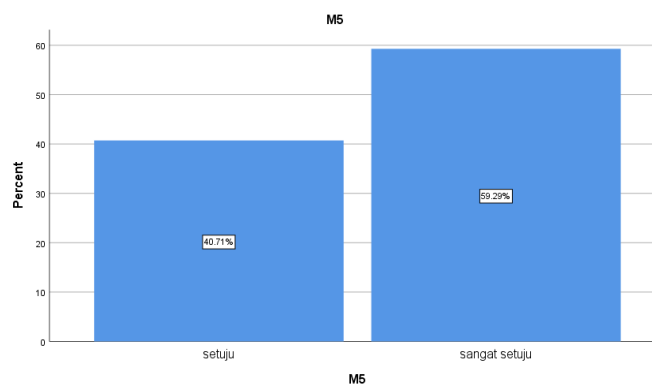
D. Pertanyaan 4: Mengunjungi Pracima Tuin Pura Mangkunegaran menambah pengetahuan saya tentang budaya keraton



Gambar 6. Grafik tentang rasa keingin tahaun terhadap budaya keraton

Untuk pernyataan keempat, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 12,39%. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 23,01%. Kemudian 34,51%. Informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 30.09% informan menjawab sangat tidak setuju.

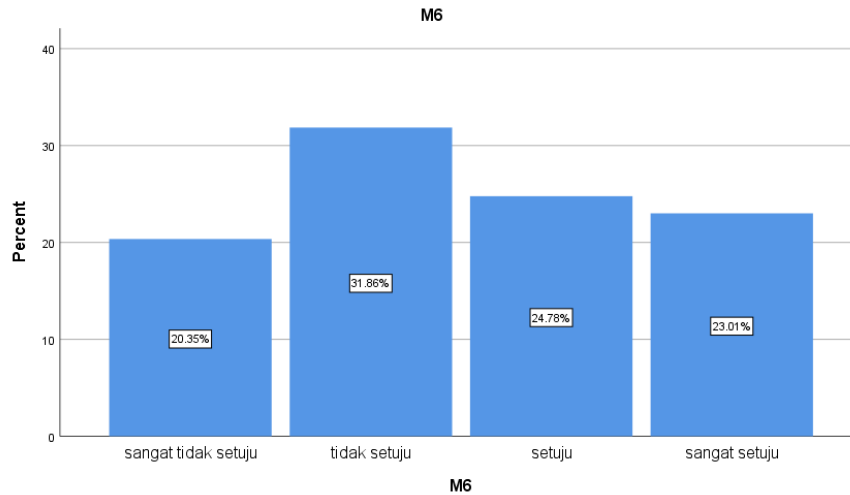
E. Pertanyaan 5: Saya ingin melihat atraksi tradisional



Gambar 7. Grafik tentang rasa ingin melihat atraksi tradisional

Untuk pernyataan kelima, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 59,29 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 40,71%. Tidak ada diantara informan yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

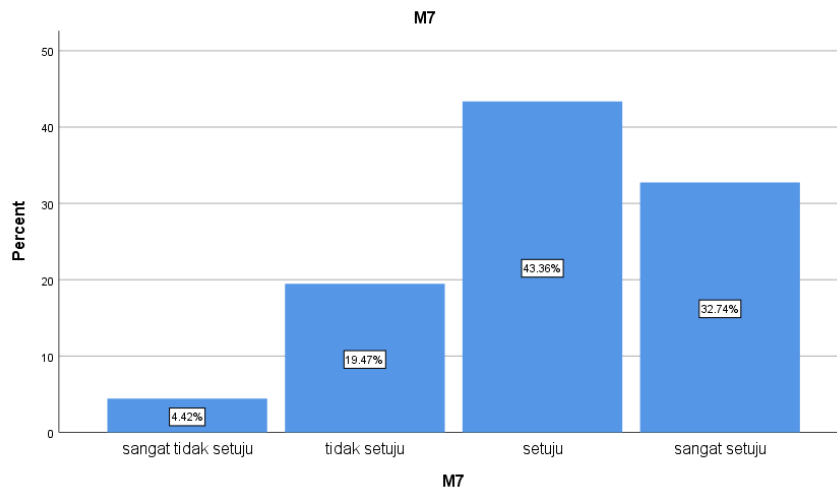
F. Pertanyaan 6: Saya suka melihat dan melakukan berbagai hal



Gambar 8. Grafik tentang rasa suka melihat dan melakukan berbagai hal

Untuk pernyataan keenam, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 23,01 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 24,70%. Kemudian 31,06% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 20,35% informan menjawab sangat tidak setuju.

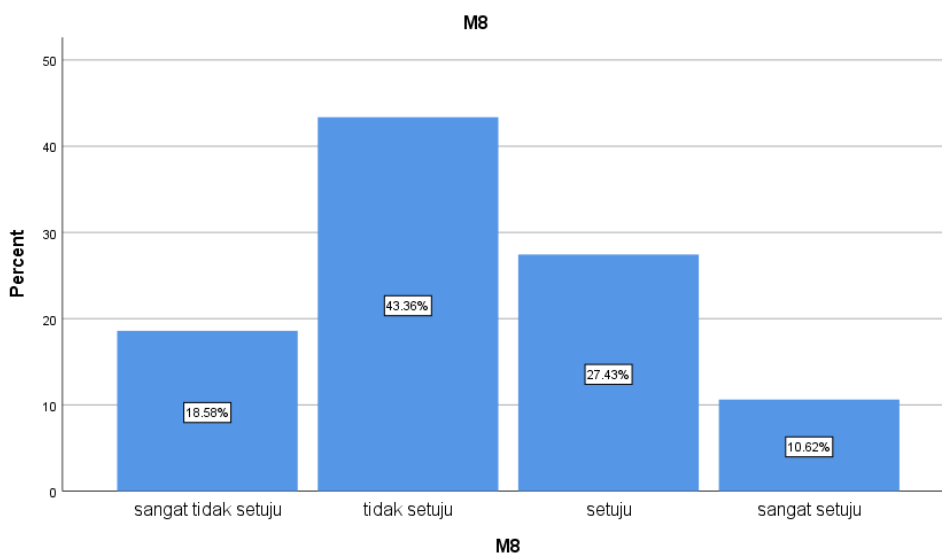
G. Pertanyaan 7: Saya ingin bertemu dengan orang-orang yang memiliki hobi dan kesukaan yang sama pada kuliner



Gambar 9. Grafik tentang rasa ingin bertemu dengan orang yang memiliki minat yang sama pada kuliner

Untuk pernyataan ke tujuh, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 32,74 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 43,36%. Kemudian 19,47% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 4,42% informan menjawab sangat tidak setuju.

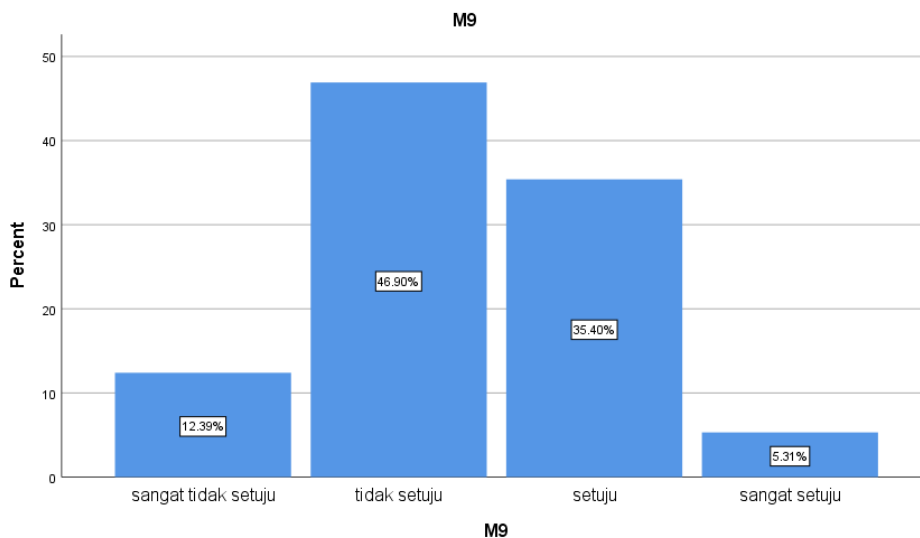
H. Pertanyaan 8: Rasa penasaran



Gambar 10. Grafik tentang rasa penasaran

Untuk pernyataan ke delapan, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 10,62 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 27,43%. Kemudian 43,36% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 10,62% informan menjawab sangat tidak setuju.

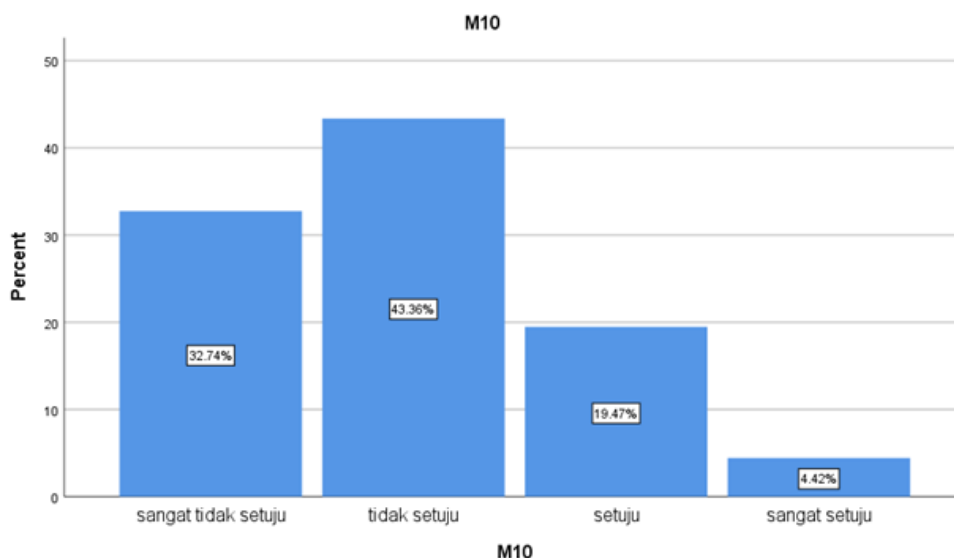
I. Pertanyaan 9: Saya suka berkunjung ke useum dan keraton



Gambar 11. Grafik tentang rasa suka berkunjung ke museum dan keraton

Untuk pernyataan ke Sembilan, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 5,31 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 35,40%. Kemudian 46,90% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 12,39% informan menjawab sangat tidak setuju.

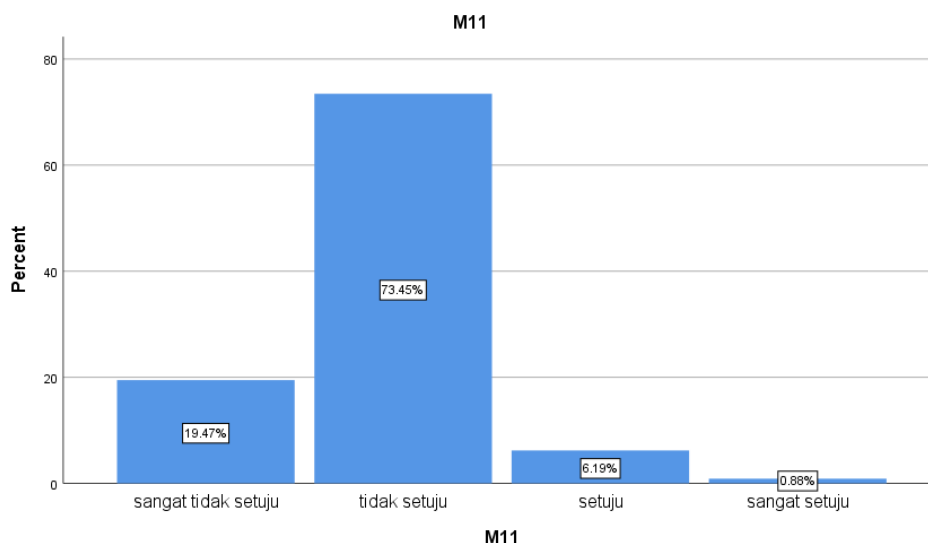
J. Pertanyaan 10: Merasa puas dan ingin berkunjung kembali



Gambar 12. Grafik tentang rasa puas dan ingin berkunjung kembali

Untuk pernyataan ke sepuluh, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 4,42 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 19,47%. Kemudian 43,36% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 32,74% informan menjawab sangat tidak setuju.

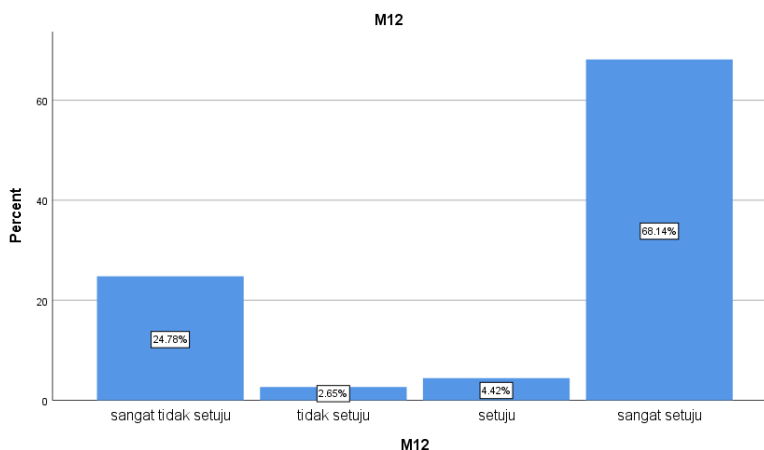
K. Pertanyaan 11: Saya ingin berkumpul dengan keluarga



Gambar 13. Grafik tentang ingin berkumpul bersama keluarga

Untuk pernyataan ke sepuluh, informan yang menjawab “setuju” sebanyak 6,19%. Kemudian 73,45% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 19,47% informan menjawab sangat tidak setuju. Dan tidak ada informan yang menjawab sangat tidak setuju.

L. Pertanyaan 12: Ingin bertemu dengan kolega/rekan kerja



Gambar 14. Grafik tentang ingin bertemu dengan kolega/rekan kerja

Untuk pernyataan ke dua belas, informan yang menjawab “sangat setuju” adalah sebanyak 68,14 %. Sementara itu informan yang menjawab “setuju” sebanyak 4,42%. Kemudian 2,65% informan menjawab tidak setuju dan sebanyak 24,78 % informan menjawab sangat tidak setuju.

Kesimpulan

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan berkunjung ke Pracima Tuin Puro Mangkunegaran adalah untuk menikmati kualitas makanan, adanya makanan yang baru dan berbeda, sejarah kuliner/storytelling, atraksi budaya, fasilitas pendukung, hobi/suka, rasa penasaran, memuaskan hasrat, ruang bernostalgia, dan berkumpul bersama keluarga/kolega/rekan kerja. Setelah dilakukan analisis maka disimpulkan bahwa 87% wisawatan memiliki motivasi wisata kuliner yang tinggi dan 13% wisatawan yang memiliki motivasi wisata kuliner yang rendah. Hasil ini menunjukkan antusias dan bukti dukungan dari masyarakat dalam mewujudkan gaungan kota Surakarta menjadi kota gastronomi. Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi oleh pemerintah kota Surakarta, terkhusus kepada pengelola Pracima Tuin Puro Mangkunegaran dalam memberikan pengalaman wisata gastronomi yang berkesan dengan cara pengemasan wisata gastronomi di Pracima Tuin berdasarkan temuan penelitian ini, yaitu: a) Mengedepankan pariwisata yang berkualitas sesuai dengan target wisatawan lokal dan mancanegara, b) Merancang produk wisata gastronomi yang atraktif dan edukatif, serta mengemas paket wisata yang sesuai dengan karakteristik wisatawan, dan c) Mengemas *storytelling* yang menarik agar terbentuk konektifitas antara wisatawan dan destinasi.

Daftar Pustaka

Annisa, S. Y., Darmawan, R., & Ritonga, A. K. (2023). Development of Traditional Culinary as a Tourism Attraction in Surakarta City. *EDUTOURISM Journal of Tourism Research*, 5(02), 218-229. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v5i02.688>

Aliyah, I., Yudana, G., & Sugiarti, R. (2020). Model of traditional market as cultural product outlet and tourism destination in current era. *Journal of Architecture and Urbanism*, 44(1), 88-96.

Annisa, S. Y., & Rudiansyah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Event Indonesia Building Technology Expo 2019 P.T. Debindo Jakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 51. <https://doi.org/10.22146/jnp.55365>

Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of tourism research*, 24(2), 425-439. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)

Hanggraito, A. A., & Budiani, B. (2021). Eksplorasi Segmentasi Pasar dan Motivasi Wisatawan Kuliner di Gudug Pawon Yogyakarta. *JUMPA (Jurnal Master Pariwisata)*, 7(2), 735-757.

Hegarty, J. A., & O'Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(00\)00028-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(00)00028-1)



- Lianisyah, U. Y., Rudiansyah, R., & Sugiarti, T. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisatawan Asing Melalui Rancangan Peta Wisata Berbahasa Mandarin di Kabupaten Wonogiri. *Cakra Wisata*, 23(2), 17-26.
- Purwani, O., Dyah, S. P., Iswati, T. Y., Winarto, Y., & Setyaningsih, W. (2024). Perintisan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Lembah Bengawan Solo Purba Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 13(1), 100-109.
- Putra, M. K. (2019). Gastronomy tourism: local food and sustainable tourism experience—case study Cirebon. In *Proceedings of the 1st NHI Tourism Forum—Enhancing Innovation in Gastronomic for Millennials; SCITEPRESS—Science and Technology Publications: Bandung, Indonesia* (pp. 19-29).
- Sukmawati, F., & Salimi, M. (2023). Indonesian Culinary History and Values: Exploration Study in Solo City, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(3). <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180332>
- Soebiyanto, V., Saragih, J. B., & Wondoamiseno, K. (2020, February). Model development of Pasar Gedhe Hardjonegoro, Surakarta for sustainable tourism. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 426, No. 1, p. 012086). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/426/1/012086>
- Sugiarti, R., Margana, M., Muthmainah, M., & Fauzia, L. R. (2019). Leather craft industry and tourism: A symbiotic relationship?(A case study of Magetan East Java Indonesia). *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 19(2), 141-151.
- Suriani, N. M. (2009). Seni Kuliner Bali sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Studi Kasus di Warung Babi Guling Ibu Oka di Kelurahan Ubud, Gianyar, Bali. Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata (Tesis). Denpasar: Universitas Udayana.
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Segmenting visitors to a culinary event: Motivations, travel behavior, and expenditures. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1), 44-67. <https://doi.org/10.1080/19368620801989022>
- Wardani, I. W., Wijaya, D. A., & Saeroji, A. (2018). Culinary tourism development model in Surakarta, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 342-359. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i5.2342>