

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor yang ikut berperan usaha peningkatan pendapatan adalah pariwisata. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, memiliki banyak kekayaan alam hayati yang sangat indah dan memukau siapapun yang melihatnya, dan banyak surga tersembunyi di Indonesia, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara. Pariwisata menurut Ismayanti (2010:1), adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha .

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Pengertian pariwisata sendiri selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, namun pada hakekatnya pengertian pariwisata adalah segala bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, yang juga memberikan manfaat ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Saat ini

pariwisata sedang digalakkan oleh pemerintah , maka sektor wisata di Indonesia ini terus dikembangkan. Pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan dengan menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa, serta fasilitas lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Perkembangan pariwisata sudah sedemikian pesat dan telah menjadi fenomena yang akan terus dikembangkan dengan melibatkan jutaan manusia, baik kalangan masyarakat, industri pariwisata maupun kalangan pemerintah dengan biaya yang tidak sedikit. Masyarakat maupun kalangan industri dan pengusaha pariwisata, keduanya diharuskan berkerja sama dalam menciptakan kondisi yang baik dalam perkembangan industri pariwisata secara nasional. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri (R.S Darmadjati, 1995: 2).

Pada hakekat nya manusia hidup untuk memenuhi kebutuhannya, seperti yang sudah tidak asing lagi diketahui kebutuhan manusia di bagi menjadi 3 , yaitu : 1. Kebutuhan Primer atau kebutuhan pokok, yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup. Dapat dikatakan kebutuhan ini adalah kebutuhan yang paling utama bagi manusia oleh karena itu harus diutamakan dalam memenuhinya. Kebutuhan primer dapat disebut juga dengan kebutuhan yang paling dasar karena kebutuhan ini yang harus

dipenuhi pertama kali oleh setiap makhluk hidup. Contohnya seperti makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, pendidikan dan kesehatan. 2. Kebutuhan Sekunder atau kebutuhan tambahan, merupakan kebutuhan pelengkap dan tidak mutlak untuk dipenuhi karena tanpa kebutuhan ini manusia masih bisa bertahan hidup. Tapi jika dipenuhi kehidupan manusia akan lebih baik di lingkungannya. Kebutuhan sekunder dapat disebut juga dengan kebutuhan sosial. Contohnya seperti perabotan rumah, tas, jam tangan, kendaraan dan lain-lain. 3. Kebutuhan tersier disebut juga dengan kebutuhan kemewahan, merupakan kebutuhan yang digunakan untuk tersier disebut dengan kebutuhan mewah karena hanya untuk meningkatkan gengsi dalam kehidupan. Umumnya jika kebutuhan ini sudah terpenuhi manusia tidak akan mengalami kesulitan dalam kehidupannya. Contohnya seperti: Mobil mewah, perhiasan, pakaian mewah dan lain-lain. Dulunya berwisata menjadi salah satu kegiatan yang sudah termasuk kebutuhan tersier bagi manusia untuk menyegarkan pikiran dan berhenti sejenak dari kegiatan sehari-hari atau bahkan mencari kebahagiaan bagi setiap individu. Namun saat ini berwisata sudah menjadi kebutuhan primer bagi setiap manusia. Mengapa demikian?

Masyarakat Indonesia sudah menjadikan aktivitas berlibur sebagai kebutuhan primer sehingga liburan tidak hanya menjadi sekadar bepergian saja, kini masyarakat mulai ingin melakukan perjalanan lebih lama, lebih jauh, dan lebih sering (Kurniawan I. , 2015).. Banyak juga orang dibelahan dunia ini yang melakukan perjalanan wisata mengunjungi tempat yang

belum pernah mereka kunjungi atau mereka akan mengunjungi tempat tempat wisata yang menarik dan memiliki keunikan. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 14 dunia pariwisata terdapat 13 bidang usaha pariwisata salah satunya Daya Tarik Wisata dan Usaha Jasa Makan dan Minum. Usaha inilah yang dapat meningkatkan ekonomi berupa devisa negara dan pertumbuhan ekonomi dari segi sosial dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Setiap Daerah memiliki “Daya Tarik Wisata” tersendiri guna untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daya tarik ada segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan wisatawan. Daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak berjalannya kegiatan wisata yang berarti bahwa daya tarik adalah sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Daya tarik harus dikelola sedemikian rupa agar keberlangsungan dan kesinambungannya terjamin. Daya tarik wisata Terdapat Daya Tarik Wisata Alam, Budaya, dan Buatan. Sedangkan usaha jasa makan dan minum dalam dunia pariwisata adalah penyedia makan dan minum yang berupa restoran, rumah makan, warung, kafe, dan bar/kedai minum. Usaha jasa makan dan minum ini semakin berkembang juga bersamaan dengan perkembangan pariwisata yaitu dikemas dengan modern sehingga

menimbulkan kegiatan wisata kuliner. Wisata Kuliner saat ini sangat berkembang pesat dengan didukung kemajuan teknologi melalui media sosial seperti instagram dan twiter, banyak sekali restoran, warung, angkringan yang menjual makanan unik dengan cara yang unik dan ditempat yang unik pula sehingga orang tertarik untuk berkunjung. Selain dengan cara modern menggunakan teknologi dengan cara tradisional yaitu dari mulut ke mulut juga dapat membuat tempat makanan tersebut menjadi viral dan banyak yang ingin datang untuk menikmati makanan disana menjadi pelanggan tetap atau hanya sekedar pernah mengunjungi saja. Banyak sekali orang datang jauh-jauh ke suatu daerah hanya untuk menikmati kuliner di daerah tersebut karena kekhasan yang dimiliki. Makanan sekarang menjadi motivasi utama bagi wisatawan yang memilih tujuan mereka. Wisatawan menghabiskan lebih banyak waktu dan uang untuk pengalaman makanan dan minuman yang unik. Peningkatan global dalam jumlah perusahaan wisata makanan, yang berfokus pada makanan dan minuman dan upaya pemasaran yang berfokus pada pengalaman saat menikmati suatu makanan dan minuman. Hasil survei dari World Food Travel Association pengunjung menghabiskan sekitar 25% dari anggaran perjalanan mereka untuk makanan dan minuman. Angka tersebut bisa mencapai 35% di destinasi mahal, dan serendah 15% di destinasi yang lebih terjangkau. Pecinta makanan yang dikonfirmasi juga menghabiskan sedikit lebih banyak dari rata-rata 25% yang dihabiskan oleh wisatawan pada umumnya (WFTA:2019). Makanan adalah bagian penting dari

budaya untuk suatu tempat (Mak et al. 2012) dan pariwisata makanan dapat meningkatkan karakter tujuan karena ia secara tegas diidentifikasi dengan gaya hidup, produk lokal, festival budaya, dan warisan (Everett, Aitchison 2008). Menurut Bachrul Hakim (2009) kita harus memusatkan perhatian kita pada kiprah bisnis kuliner di dalam industri pariwisata Indonesia.

Kuliner memiliki potensi cukup besar. Menurut Ayu (2011:1) pada tugas tersebut menulis bahwa terdapat laporan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, bisnis oleh-oleh di jalanan saat ini, mengalami kenaikan sebesar 20%-25%. Pertumbuhan ekonomi secara umum hanya mengalami kenaikan dengan kisaran 3%. Karena itu pakar ekonomi optimis dalam tahun-tahun ke depan, pusat jajanan akan semakin cerah. Kesuksesan para pebisnis di bidang kuliner membuka celah baru bagi para peminat kuliner dan calon wirausahawan yang bergerak di bidang makanan atau masakan. Kata-kata “Wisata Kuliner” dengan sendirinya membuktikan bahwa segala hal yang berhubungan dengan masak-memasak dan kuliner mendapat perhatian tersendiri di kalangan masyarakat. Beragam acara televisi dan artikel majalah berlomba-lomba membahas segala yang unik tentang kuliner. Saat ini banyak anak muda yang memilih culinary course atau culinary school, hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan trend yang mulai booming tentang kuliner. Banyak anak muda yang awalnya menganggap masak-memasak hanya sekedar hobi, kini mulai tergugah untuk terjun mendalami ilmu memasak secara akademis. Namun, selain dipengaruhi oleh trend itu sendiri, banyak juga yang berpandangan bahwa

peluang bisnis kuliner sangat menjanjikan. Trend masak-memasak tidak terlepas dari pergeseran nilai budaya yang berhubungan dengan gender. Dulu dapur selalu diidentikkan dengan pekerjaan perempuan, kini telah berubah haluan seiring dengan pergeseran nilai tersebut dan hal ini malah diidealisasikan dan dikonstruksi secara sosial. Pekerjaan rumah tangga yakni masak-memasak tidak hanya menjadi milik perempuan, lelaki juga tidak sedikit yang tertarik dengan kegiatan memasak (Wijaya, 2009). Menyikapi berbagai pergeseran, perubahan, dan perkembangan industri pariwisata, Kemenparekraf kini telah memasukkan kuliner atau wisata kuliner ke dalam kluster ekonomi (pariwisata) kreatif ke 15 sebagai bagian dari industri ekonomi kreatif mulai pada tahun 2011.

Dalam artikel yang telah tayang di Kompas.com dengan judul "Tiga Industri Kreatif yang Punya Potensi Besar di Indonesia, Apa Saja?", yang di tulis oleh Murti Ali Lingga. Menjelaskan bahwa 3 industri kreatif yang mempunyai potensi yang besar adalah fashion, kuliner dan craft kriya.

Menurut Nurdiyansah (2014:139) makanan adalah tradisi, yang menarik dari makanan adalah proses dan peran makanan pada berbagai ritual maupun upacara adat, secara turun temurun, resep-resep kuno dalam mengolah makanan terus diturunkan dari generasi ke generasi. Usaha yang dapat dilakukan untuk mempertahankan makanan tradisional adalah dengan penggalan jenis-jenis makanan tradisional yang ada dan hampir

terlupakan, kemudian dilakukan pengembangan variasi dari jenis makanan tersebut agar lebih menarik dan diminati tanpa mengurangi keaslian dari makanan tradisional tersebut. Penggalan jenis makanan tradisional ini salah satunya dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan pada generasi muda tentang jenis-jenis makanan tradisional serta berbagai cara atau teknik olah dari masing-masing makanan tradisional tersebut.

Sama halnya seperti yang ada di Warung Cak Mis Bintoro di Surabaya, warung ini menjual berbagai makanan tradisional namun bukan makanan tradisional khas dari Kota Surabaya sendiri. Sudah melengenda sejak puluhan tahun. Warung ini menjual nasi dan berbagai macam sate-satean, gorengan, dan janan pasar. Namun, uniknya pelayanannya yang berbeda dan macam macam makanan dan minuman yang dijual di warung ini memiliki nama-nama yang unik. Seperti es sinom diberi nama “Mbok Nom”, nasi bungkus daun pisang dengan lauk daging, telur, ikan bandeng diberi nama “Sego Sembako”, sate kulit ayam diberi nama “Kulit Landak” itu hanya beberapa makanan yang ada disana. Nama – nama aneh dan asing inilah yang membuat orang penasaran untuk datang menikmati mbok nom, sembako, dan kulit landak. Warung ini bahkan sudah viral di semua media sosial termasuk instagram dan youtube *chanel* salah satunya postingan *food vlogger* @kokobuncit dan @amazingindonesiafood yang memposting cuplikan video saat mengunjungi Warung Cak Mis Bintoro dan cara Cak Mis melayani para pembeli. Cara pelayanan Cak Mis yang unik dengan menyebutkan

~

nominal angka berdasarkan karakter-karakter yang ada di buku tafsir mimpi atau biasa disebut Togel inilah yang membuatnya menarik dan viral.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, dapat dirumuskan permasalahan yang hendak dikaji yaitu :

1. Apa saja daya tarik yang dimiliki Warung Cak Mis Bintoro sebagai tujuan wisata kuliner di Surabaya?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

Ingin mengidentifikasi daya tarik apa saja yang ada di Warung Cak Mis Bintoro sehingga menjadi tujuan daya tarik wisata kuliner di Surabaya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pengetahuan atau sebagai pendoman untuk

a. Bagi Peneliti

1. Peneliti dapat mengetahui potensi apa yang dimiliki Warung Cak Mis Bintoro sebagai salah satu daya tarik wisata kuliner di Surabaya.

2. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai daya tarik wisata kuliner.
3. Sebagai sarana untuk meluangkan gagasan, ide atau pikiran kedalam bentuk tulisan

b. Bagi Pengusaha Kuliner

1. Dapat menjadi referensi pengusaha kuliner agar lebih kreatif dalam mengelola usaha kuliner.
2. Memotivasi pengusaha kuliner untuk mengembangkan usaha kuliner dengan menonjolkan ciri khas yang dimiliki dari segi produk, pemasaran, sampai pelayanan.
3. Lebih peduli dan ikut serta menjaga dan memperhatikan upaya dalam melestarikan makanan tradisional

c. Bagi Pembaca

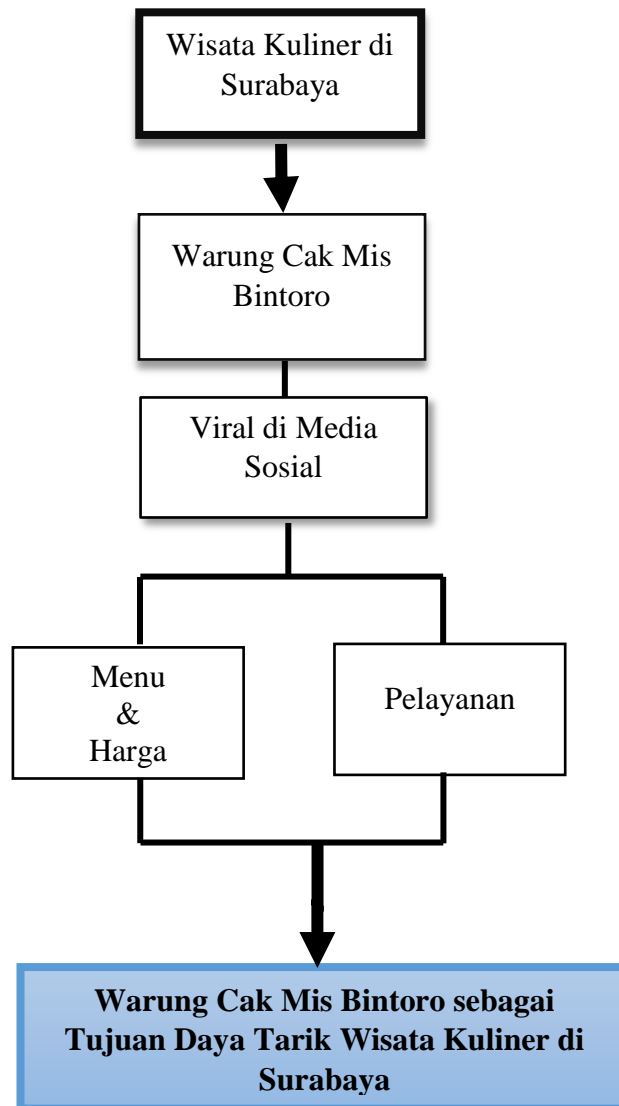
1. Diharapkan dapat menjadi referensi pembaca mengenai wisata kuliner di Surabaya.
2. Dapat menjadi masukan pembaca apabila terdapat penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang sama.
3. Menjadi referensi dalam pembuatan paket wisata dengan menggunakan daya tarik wisata kuliner
4. Dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana potensi dari suatu kuliner bisa menjadi suatu daya tarik wisata.

d. Bagi Mahasiswa D3 Pariwisata Universitas Airlangga

1. Memberikan informasi dan acuan untuk membuat tulisan yang lebih baik lagi.
2. Dapat dijadikan referensi sebagai bahan acuan untuk menulis tugas akhir.
3. Menerapkan ilmu pariwisata selama perkuliahan.
4. Dapat membuat paket wisata minat khusus dengan tema kuliner

1.4 Kerangka Pemikiran

Untuk menjelaskan apa yang ingin disampaikan peneliti, maka disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



1.4.1 Konsep Pariwisata

Suwantoro (2004:3) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya

karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya. Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Janianto Damanik dan Helmut F.Weber, 2006:11).Istilah Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan merupakan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya (Gamal, 2004: 3)Kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha {UU No. 10 Tahun 2009

Tentang Kepariwisataan (revisi dari UU No. 9 Tahun 1990 Kepariwisataan). Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah {UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan(revisi dari UU No. 9 Tahun Kepariwisataan). Istilah “pariwisata”konon untuk pertama kali di gunakan oleh Presiden Soekarno dalam suatu percakapan sebagai pandanan dari istilah asing tourism “Arti pariwisata ialah bahwa kalau semua kegiatan itu dianggap gagal”. Tanda adanya wisatwan semua kegiatan pembangunan Hotel, persediaan angkutan dan sebagainya itu tidak memiliki makna kepariwisataan. (Soekadijo.R.G,2000:1).

Menurut Marpaung (2002:13) Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia keluar dari rumahnya menuju ke suatu daya tarik dengan tujuan untuk menghindari sejenak dari pekerjaan rutin dan aktivitas sehari-hari. Konsep dan definisi tentang kepariwisataan terdapat tiga elemen utama, menurut Leiper Cooper et.al (1998:5) dalam Ismayanti (2010:1) , yaitu;

1. Wisatawan

Wisatawan sangat berperan penting dalam kegiatan wisata atau bisa juga disebut aktor dalam berwisata. Berwisata sendiri sudah menjadi hal yang harus dilakukan setiap manusi untuk menambah ilmu, ,emikmati keindahan alam, dan bersenang – senang.

2. Elemen Geografi

Pergerakan wisatawan sendiri berlangsung dengan tiga area geografi :

a. Daerah Asal Wisatawan

Yang dimaksud disini adalah daerah wisatawan berasal, melakukan aktivitas sehari-hari dan awal mulainya mereka termotivasi untuk melakukan perjalanan wisata.

b. Daerah Transit

Daerah ini biasanya adalah daerah yang dilewati wisatawan saat akan menuju ke daerah tujuan wisata.

c. Daerah Tujuan Wisata

ialah daerah yang menjadi ujung tombak dari kegiatan wisata yang harus dikembangkan daya tariknya untuk menarik wisatawan datang.

3. Industri Pariwisata

Industri ini yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana pariwisata. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata dalam UU No.10 tahun 2009 menyebutkan bahwa usaha industri pariwisata ada 13 jenis usaha pariwisata, yaitu ;

1. Daya Tarik Wisata
2. Kawasan Pariwisata
3. Jasa Transportasi

4. Jasa Perjalanan Wisata
5. Jasa Makanan dan Minuman
6. Penyedia Akomodasi
7. Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi
8. Penyelenggara MICE
9. Jasa Informasi Pariwisata
10. Jasa Konsultan Pariwisata
11. Jasa Pramuwisata
12. Wisata Tirta
13. Spa

1.4.2 Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan industri pariwisata yang relatif baru. Berkembang mulai tahun 2011, ketika Erik Wolf mengesahkan berdirinya *International Culinary Tourism Association (ICTA)*. ICTA menawarkan beragam program terkait wisata kuliner yang mengutamakan pendidikan dan pelatihan. Wisata kuliner yang berasal dari istilah *Food Tourism*, yaitu kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu bahan makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi - lokasi khusus yang khusus diadakan untuk mencoba rasa dari makanan atau minuman khas dari suatu daerah. Menurut Minta Hasana (2008:27), wisata kuliner adalah atau sebagian dari kegiatan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman khas dari suatu daerah. wisata kuliner adalah kegiatan wisata perpindahan dari satu

tempat ke tempat lain dengan tujuan utama untuk mengkonsumsi perpindahan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan utama untuk mengkonsumsi dan menikmati makanan atau minuman.

a. Definisi Wisata Kuliner

Wisata Kuliner itu sendiri memiliki pengertian sebagai berikut :

- a. Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Wisata kuliner menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan. (<http://file.upi.edu>)
- b. Kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa dari makanan dan atau juga untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. (www.digilib.petra.ac.id)
- c. Wisata kuliner adalah suatu perjalanan yang di dalamnya meliputi kegiatan mengonsumsi makanan lokal dari suatu daerah; perjalanan dengan tujuan utamanya adalah menikmati makanan dan minuman dan atau mengunjungi suatu kegiatan kuliner, seperti sekolah memasak, mengunjungi pusat industri makanan dan minuman, serta

untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika mengonsumsi makanan dan minuman. (www.digilib.petra.ac.id)

Sedangkan, ICTA (International Culinary Tourism Association) memberikan beberapa pemahaman terhadap wisata kuliner, antara lain :

1. Wisata kuliner suatu pencarian pengalaman wisata kuliner unik dan memberi kenangan. Sebuah pengalaman wisata kuliner yang dapat dibawa dan dirasakan dirumah (culinary tourism is defined as the pursuit of unique and memorable culinary experience of all kinds, often while travelling, but one can also be a culinary tourist at home).
2. Wisata kuliner bukan wisata pertanian meski masakan terdapat dalam unsur pertanian. Wisata pertanian (agritourism) merupakan bagian wisata pedesaan (rural tourism), sedangkan masakan (cuisine) merupakan bagian wisata budaya (cultural tourism).
3. Wisata kuliner (culinary tourism) meliputi berbagai pengalaman akan beragam kuliner. Bukan sekedar sebagai pengalaman makan malam di restoran di akhir pekan.
4. Wisata kuliner meliputi kajian beberapa unsur, kursus memasak : buku panduan memasak, dan toko perkakas dapur ; tur kuliner (culinary tours) seperti : pemandu wisata, media kuliner ; dan buku panduan wisata kuliner ; bisnis

makanan seperti : penyalur, pengusaha, dan penanam tumbuhan pangan ; serta aktraksi kuliner seperti ; festival jajanan, pameran makanan, dan lain-lain. (<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2013-2-01411-DI%20Bab2001.pdf>).

Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba berkualitas dan bergizi. Sebenarnya kuliner merupakan bagian daripada esensi gastronomi. Sementara istilah kuliner itu sendiri adalah masakan atau dalam bahasa dapur mempunyai sinonim/arti yang sama dengan istilah cuisine. Menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993 : 159), Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Secara harafiah, kuliner adalah kata yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan produk makanan, seperti chef, management restaurant, ahli penata diet, ahli gizi dan sebagainya.

Perkembangan wisata kuliner di Surabaya sendiri juga sudah sangat berkembang pesat. Salah satunya yang saat ini sedang digalakkan

oleh pemerintah Kota Surabaya adalah Festival “Mlaku – Mlaku Nang Tunjungan” yang diadakan setiap bulan sekali di Jl. Tunjungan dengan mengangkat tema kulineran, selain itu juga ada Festival “Rujak Cingur” yang diadakan biasanya menjelang HUT Kota Surabaya dengan mengangkat tema kulineran makanan khas Surabaya yaitu Rujak Cingur. Dengan diadakannya festival kuliner di Surabaya ini kegiatan “Wisata Kuliner” di Kota Surabaya sudah menjadi perhatian masyarakat sekitar.

1.4.3 Viral

Dalam Perkembangan globalisasi banyak media sosial yang bermunculan. Contoh yang saat ini sering digunakan adalah : Instagram, Facebook, Youtube, Twiter, Path, Tumbler dan masih banyak lagi. Saat ini media sosial yang sangat digemari adalah Instagram. Banyak sekali postingan foto atau video yang ada di Instagram bisa menjadi viral. Sedangkan menurut Jeffrey F. Rayport dalam artikel yang berjudul *The Virus of Marketing* dalam jurnal yang ditulis oleh Natasya Putri Andini. Jeffrey mengatakan dalam artikelnya bahwa bagaimana jika virus digunakan sebagai program pemasaran dengan mengeluarkan biaya sedikit namun berdampak sangat luas, salah satunya istilah “Viral Marketing”. Kunci dari viral marketing adalah mendapatkan pengunjung website dan merekomendasikannya kepada mereka yang nantinya akan dianggap tertarik. Mereka akan menghubungkan pesan tersebut kepada konsumen potensial yang akan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan serta merekomendasikannya kepada konsumen lain. Pengguna internet yang

loyal akan lebih mudah dihadapi dibanding dengan browser biasa. Hal ini dikarenakan mereka lebih mungkin memberikan feedback seperti memberi informasi tambahan ataupun saran-saran. Menurut Zien dalam Skrob (2005:6). Saat ini kata “Viral” sendiri adalah sebuah fenomena yang menyebarkan informasi, pikiran, dan trend yang melalui media jejaring sosial sehingga objek yang “Viral” tersebut mendapat kepupuleran.

1.4.4 Menu dan Harga

Menu adalah pedoman bagi yang menyiapkan makanan atau hidangan, bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut karena akan menggambarkan tentang cara makanan tersebut dibuat (Rotua dan Siregar, 2015). Menurut Stenly Richard (2016:1) Menu berarti adalah daftar makanan yang bisa dalam bentuk kertas, kartu, atau media tertentu yang tertulis. Menu adalah daftar makanan yang tersedia untuk pelanggan. Pada dasarnya menu disusun berdasarkan “Menu Skleton” (kerangka menu) sebagai berikut:

1. *Appetizer* (Hidangan Pembuka) adalah makanan yang disajikan sebagai pembangkit selera dan membuat perut tidak kaget saat akan menerima hidangan utama.
2. *Soup* (Sop) Hidangan pembuka dalam bentuk Sup atau creamy soup.
3. *Main Course* (Hidangan Pokok/Utama) adalah hidangan yang mempunyai nilai gizi tetapi tidak menyediakan

keseluruhan nutrisi. Hidangan ini biasanya dibuat berbeda sesuai dengan keadaan tempat dan budaya.

4. *Dessert* (Hidangan Penutup) adalah hidangan yang disajikan setelah makan utama habis, biasanya memiliki rasa manis seperti : puding, ice cream, cake, pie dan makanan sejenisnya. Stenly Ricard (2016:1)

Perencanaan menu biasanya dilakukan oleh satu orang yang ditunjuk khusus ataupun oleh pemiliknya langsung. Perencanaan menu tidak hanya semata – mata untuk menyusun menu saja, akan tetapi harus mempertimbangkan faktor – faktor lainnya yaitu, kepuasan konsumen, faktor demografi, faktor sosial budaya, standar mutu, gizi, angka kecukupan gizi (AKG), trend dan preferensi konsumsi pangan. Cita rasa juga menjadi faktor penting dalam sebuah menu karena inilah yang menentukan menu ini menarik atau tidak untuk dinikmati oleh konsumen atau pelanggan.

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli :

1. Basu Swastha & Irawan (2005) harga ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan.

2. Buchari Alma (2002) harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang.
3. Henry Simamora (2002) harga ialah nilai uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan.
4. Tjiptono (2002) harga adalah hukurn moneter yang dapat ditukarkan untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau pemakaian layanan jasa.
5. Harini (2008) harga merupakan nilai uang yang seseorang butuhkan untuk memperoleh sejumlah produk dan pelayanan.

Peranan harga tak lepas dari proses jual beli suatu produk atau jasa. Harga membantu konsumen untuk menentukan seseorang akan membeli suatu barang atau tidak. Bila produk mengharuskan konsumen atau pembeli mengeluarkan biaya yang lebih besar daripada manfaat yang diterima setelah membeli produk tersebut, sehingga konsumen menganggap produk tersebut memiliki nilai negatif. Begitu juga sebaliknya jika manfaat yang diterima lebih besar, maka produk tersebut memiliki nilai positif. Hal inilah yang mempengaruhi bertambah atau berkurangnya sifat konsumtif.

Untuk menu di Warung Cak Mis Bintoro sendiri memiliki menu makanan yang lebih ke arah menu makanan tradisional dan

memiliki nama – nama yang unik dan menarik. Seperti sate usus ayam diberi nama “Krisdayanti”, sate kulit ayam diberi nama “Kulit Landak”, Nasi bungkus yang diberi nama “Sembako” dan masih banyak lagi menu lainnya. Inilah yang menjadi faktor utama Warung Cak Mis menjadi sangat menarik. Harga yang ada di Warung Cak Mis Bintoro relatif murah.. Segala jenis minuman, jajanan dan sate – satean harganya hanya berkisar sekira Rp 2.000 – Rp 3.000, untuk nasi sendiri harganya hanya Rp 9.000. Inilah salah satu faktor yang membuat Warung Cak Mis Bintoro memiliki banyak pelanggan setia.

1.4.6 Pelayanan

Pelayanan menurut Lukman dalam Sinambela (2006:5) berpendapat bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang lain secara fisik, dan menyediakan kepuasan langsung. Sedangkan menurut Mahmoedim (2010) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal – hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan masalah konsumen. Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu

membantu menyiapkan. Kasmir (2010:22). Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat mempengaruhi dalam proses memasarkan suatu produk jasa. Interaksi langsung antara produsen dan konsumen sangat penting. Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah alat ukur untuk keunggulan yang di harapkan agar dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Dalam penelitian ini pelayanan yang ada di Warung Cak Mis bintoro juga salah satu hal yang menjadi menarik dan unik mulai dari saat konsumen datang sampai proses konsumen melakukan transaksi. Semua dilakukan dengan cara yang unik, yaitu dengan menyebutkan nominal menggunakan angka – angka yang ada di buku tafsir mimpi yang biasa di sebut masyarakat angka “Togel”. Semua dilakukan sendiri oleh Cak Mis seaku pemilik warung ini. Beliau suka sekali berinteraksi langsung dengan pelanggannya dengan cara guyunan khas beliau.

1.4.7 Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti (2002:5) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

“...Daya tarik alam: lanskap, pemandangan laut, pantai, iklim, dan fitur geografis lainnya dari destinasi; daya tarik budaya: sejarah dan cerita rakyat, agama, seni dan acara khusus, festival; atraksi sosial: cara hidup, populasi penduduk, bahasa, peluang untuk pertemuan sosial; objek wisata terbangun: bangunan, bersejarah, dan arsitektur modern, monumen, taman, kebun, marina, dll”.

Damanik dan Weber (2006:13) menyebutkan bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yaitu memiliki keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata. Originalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian, yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau tidak mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian. Bedanya dengan originalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat keantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata. Otentisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja. Selanjutnya menurut Cooper (1995:81) bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata, yaitu atraksi (*attraction*), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan; aksesibilitas (*accessibilities*) seperti transportasi lokal dan adanya terminal; amenities (*ammunities*) seperti tersediannya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan; *anciliary service* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata seperti *destination, marketing, management, organization, conventional and visitor bureau*. Dalam penelitian ini yang dimaksud daya tarik wisata adalah keunikan dan keberagaman produk makanan dan minuman yang mampu menjadi daya tarik menarik wisatawan untuk menikmatinya.

1.5 Metode Penelitian

Menurut Nasir (1988:51) Metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Sedangkan menurut Sugiyono (2004: 1) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah yang dimaksud adalah penelitian didasarkan dengan ciri keilmuan yaitu rasional yang berarti penelitian harus dilakukan dengan cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, dan sistematis yang berarti menggunakan langkah-langkah tertentu yang digunakan dalam penelitian harus bersifat logis. Data yang diperoleh melalui penelitian harus memiliki kriteria tertentu valid. Valid menunjukkan data yang benar dan tepat sesuai dengan kenyataan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif karena penelitian ini lebih berfokus pada suatu fenomena sosial dan menganalisis makna dibalik fenomena tersebut. Menurut Burhan (2009) metode kualitatif mempunyai dua hal yang harus dicapainya, yaitu: (1) menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena sosial dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut; dan (2) menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses suatu fenomena sosial itu. Penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik yang meliputi : Menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data, memiliki sifat deskriptif analitik, tekanan pada proses bukan hasil, bersifat induktif, dan mengutamakan makna

Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah seperti yang diketahui tugas akhir yang harus di selesaikan untuk mahasiswa D3 Menggunakan metode deskriptif, artinya peneliti menguraikan secara teratur mengenai permasalahan yang ada dan juga menguraikan perkembangan dengan menggunakan metode deskripsi ini akan di dapat gambaran yang sebenarnya mengenai fakta yang aktual. Bukan hanya sekedar memberikan gambaran tentang fenomena fenomena Tetapi juga harus menereangkan hubungan mneguji hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah. Metode ini sebenarnya mencakup beberapa cara namun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif yaitu observasi, wawancara, atau penggunaan bahan dokumen.

1.5.1 Batasan Konsep

Batasan konsep sangat diperlukan didalam suatu penelitian sabagai batas fokus objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini fokus penelitian terletak pada daya tarik apa yang ada di Warung Cak Mis Bintoro sehinga menjadi tujuan wisata kuliner di Surabaya.

- Warung Cak Mis Bintoro adalah salah satu tempat kuliner yang menjadi tujuan untuk penikmat wisata kuliner karena keunikan yang dimiliki. Warung Cak Mis sudah berdiri selama 70 tahun, dan terkenal sejak dahulu dari mulut ke mulut. Memiliki beberapa menu dnegan sebutan yang unik, sehingga memiliki banyak pelanggan setia.

- Daya Tarik Wisata berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009. Dijelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan ,kemudahan,dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil bantuan manusia yang menjadi sarana atau kunjungan wisatawan.
- Wisata Kuliner adalah kegiatan yang dilakukan banyak orang dalam bidang kebutuhan makanan dan minuman, sedangkan kuliner adalah makanan dan minuman yang dimakan.

Kesimpulan dari keterangan diatas peneliti hanya ingin menganalisis daya tarik apa saja yang ada di Warung Cak Mis Bintoro. Sehingga jika banyak wisatawan yang berkunjung ke Kota Surabaya harus datang menikmati lezatan makanan yang di Warung Cak Mis Bintoro.

1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam setiap penelitian dan juga sebagai batasan lingkup kajian agar selama proses tidak akan melebar, sehingga menyulitkan peneliti itu sendiri, baik dari segi tempat, waktu, dan biaya. Keterbatasan geografis dan praktis seperti waktu, biaya, tenaga, perlu dipertimbangkan dalam penentuan lokasi penelitian (Moleong,2014:128). Lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah Warung Cak Mis Bintoro Surabaya. Peneliti memilih lokasi ini karena beberapa alasan, yaitu ;

1. Belum ada penelitian yang mengambil lokasi yang sama
2. Warung Cak Mis Bintoro memiliki beberapa daya tarik yang membuat lokasi ini sering dikunjungi dan diminati untuk penikmat wisata kuliner.
3. Lokasi penelitian dekat dengan rumah sehingga peneliti bisa menghemat biaya pelaksanaan penelitian.

1.5.3 Teknik Penentuan Responden

Menurut Suharsimi Arikunto, "Responden adalah orang-orang yang merespon atau menjawab pertanyaan penelitian baik peranyaan tertulis maupun lisan", (2003:10). Menurut Sutrisno Hadi, " Metode penentuan responden penelitian adalah ada dua metode dalam menentukan responden populasi dan sampel. (2001 : 38). Responden adalah orang-orang yang dimanfaatkan sebagai pemberi informasi dan sampel dalam sebuah penelitian. Jadi, yang akan menjadi responden adalah orang-orang yang sedang berkunjung atau pelanggan Warung Cak Mis Bintoro dan pemilik dari Warung Cak Mis Bintoro. Responden berkewajiban secara sukarela membantu peneliti untuk mendapatkan informasi walaupun hanya bersifat informal. Hal ini digunakan peneliti untuk melihat dan mampu mengetahui hal apa saja yang menjadi daya tarik di Warung Cak Mis Bintoro sehingga mereka datang berkunjung dan menikmati makanan dan minuman yang ada di Warung Cak Mis Bintoro ini.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas instrumen penelitian dan pengumpulan data merupakan hal utama yang memengaruhi kualitas data hasil penelitian. Kualitas instrumen berdasarkan validitas dan reliabilitas sedangkan pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan atau teknik dalam mengumpulkan data yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Teknik pengumpulan data memiliki beberapa teknik yaitu :

1. Observasi

Sutris Hadi (1986) mengatakan bahwa, observasi adalah suatu proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek atau subyek penelitian. Observasi dilakukan untuk membangun hubungan baik antara peneliti dan objek yang diteliti. Dalam penelitian preferensi objek wisata pilihan pekerja buruh pabrik di Kawasan Rungkut Industri Surabaya peneliti akan mengobservasi lokasi dan pendekatan dengan buruh-buruh yang ada di lokasi untuk waktu observasi peneliti menargetkan saat jam istirahat atau jam pulang kerja buruh. Sehingga menghasilkan data yang konkrit sesuai harapan peneliti.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan dimana peneliti melakukan pengamatan

dan pencatatan secara langsung serta melibatkan diri langsung di Warung Cak Mis Bintoro, mengamati bagaimana pelayanan pemilik kepada konsumen dan juga melihat kegiatan – kegiatan yang dilakukan di Warung Cak Mis Bintoro yang berkaitan dengan kegiatan wisata kuliner.

2. Wawancara

Sering juga disebut interview yaitu percakapan tertentu yang dilakukan oleh 2 pihak yaitu pewawancara dan narasumber. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (Kusmayadi,2000:150). Wawancara yang digunakan wawancara berstruktur yang menggunakan kuesioner dengan sistem pertanyaan terbuka, pertanyaan sudah disusun oleh peneliti namun responden dapat diberi peluang untuk menjawab jawaban atau komentar lain. Untuk kendala yang mungkin dihadapi tidak dapat menentukan tempat yang nyaman untuk wawancara. Pewawancara perlu menyiapkan alat wawancara yaitu catatan data hasil wawancara. Sehingga mempermudah peneliti melakukan kesimpulan.

Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu melalui informan dan menyakan secara langsung kepada informan, yang dimaksud

informan dalam penelitian ini adalah pemilik dan konsumen di Warung Cak Mis Bintoro.

3. Penggunaan Bahan Dokumen

Penggunaan bahan dokumen yang dimaksud adalah metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur -literatur yang ada di perpustakaan atau di buku online yang sesuai dengan masalah apa yang dihadapi peneliti. Dokumen adalah bahan tertulis yang digunakan sebagai sumber data untuk menguji, menafsirkan, atau meramalkan suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan literatur dari perpustakaan tentang undang-undang ketenaga kerjaan karena dalam penelitian ini melibatkan buruh dan buku metode penelitian yang mempermudah peneliti untuk melaksanakan penelitian.

Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai Warung Cak Mis Bintoro secara keseluruhan dan melihat apa yang menarik dari Warung Cak Mis Bintoro sehingga dapat menarik banyak pelanggan. Data yang didapat dari dokumentasi merupakan data yang valid dan tidak diragukan kebenarannya.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan diinterpretasikan. Data yang terkumpul saat melakukan observasi langsung ke lokasi, catatan lapangan, hasil kuesioner adalah data mentah yang sama sekali belum bisa digunakan untuk menarik suatu kesimpulan dari suatu penelitian. Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis. Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Ulber Silalahi, 2009:339). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif

mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

1. Reduksi Data

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Jadi dalam penelitian kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara: melalui seleksi ketat, melalui ringkasan

atau uraian singkat, menggolongkan dalam suatu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Data yang di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih spesifik dan mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data. Oleh karena itu, reduksi data perlu dilakukan sehingga data tidak bertumpuk dan tidak mempersulit analisis selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian Data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. (Miles dan Huberman, 1992:17). Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk menyusun data yang relevan sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang memiliki makna tertentu dan mampu menjawab masalah penelitian. Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting dalam penyusunan analisis kualitatif yang valid.

3. Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan yang mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.