

**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PENETAPAN HARGA KULINER  
PADA EVENT PACU JALUR DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

**Oleh :**  
**Octarien Syamartha**  
**Email : octariensyamartha@yahoo.com**  
**Pembimbing : Dr. Dra. Hj. Rd. Siti Sofro Sidiq, M.Si**

**Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik**  
**Universitas Riau**

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrabtas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293  
Telp/Fax. 0761-63277

**ABSTRACT**

This research aimed to the tourist perception of culinary pricing at Pacu Jalur event in Kuantan Singingi sub province. This research aims : (1) to knows tourism characteristic who visiting culinary central at Pacu Jalur event in Kuantan Singingi sub province, (2) to knows the tourist perception about culinary pricing of central culinary at Pacu Jalur event in Kuantan Singingi sub province.

Sample in this research are using the accidental sampling, so that the writer taken 100 tourist who visiting the central of culinary at Pacu Jalur event in Kuantan Singingi sub province as a sampling in this research.

The results of this research indicate that based on the research results obtained on the tourist perception of culinary pricing at Pacu Jalur event in Kuantan Singingi sub province could be good enough. this is proved by the result of the anquetee spreading, observation and interview was doing by researcher.

Constraints the tourist perceptions of culinary pricing at Pacu Jalur event ini Kuantan Singingi sub province are: (1) The government of Kuantan Singingi sub province have to more pay attention to the facilities of Pacu Jalur event, have to complete the facilities and keeping the facilities in good condition. (2) The government of Kuantan Singingi sub province have to more pay attention of culinary pricing was increase by the food merchant in so that the seller was not take the self decision to take the culinary pricing. (3) The government of Kuantan Singingi sub province have to more pay attention to improve the cooperation between the food merchant and the tourist.

Keyword : Tourist, tourism, culinary pricing, food, facilities.

---

## PENDAHULUAN

Kegiatan pariwisata sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat kita mulai dari orang kota sampai orang desa. Walaupun nampaknya terkesan “*malu-malu*” antara menerima dan menolak, antara setuju dan tidak menyetujui atas kehadiran kepariwisataan, namun turis telah hadir di tengah-tengah masyarakat, suatu kenyataan yang tidak dapat dipungkiri. Pandangan yang setuju dengan kehadiran pariwisata pasti melihat banyak keuntungan dari kegiatan pariwisata, sedangkan yang tidak setuju tentulah melihat pariwisata membawa dampak negatif. Pariwisata telah menjadi salah satu industri di dunia, dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Dengan pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi diberbagai negara, pariwisata sering disebut sebagai *passport of development, kind of sugar, tool for regional development, invisible export, non-polluting industry, dan sebagainya* (Pitana,2002:13).

Dalam arti luas pariwisata adalah kegiatan rekreasi di luar dominasi untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau untuk mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas pariwisata menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju. Indonesia merupakan negara tropis dengan sumberdaya alam hayati yang sangat beraneka ragam. Oleh karena itu banyak tempat yang dapat dijadikan objek wisata..

Pariwisata sebagai sebuah industri merupakan bidang yang sangat kompleks dan keberadaannya sangat peka terhadap berbagai perubahan dan perkembangan terutama berkaitan dengan keinginan atau motivasi wisatawan yang selalu ingin mencari dan menikmati sesuatu atau pengalaman baru untuk pemuasan hasrat pribadinya, sesuatu yang berbeda dari yang pernah dirasakan sebelumnya.

Kabupaten Kuantan Singingi (Kuansing) adalah salah satu kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia. Kabupaten Kuansing disebut pula dengan rantau Kuantan atau sebagai daerah perantauan orang-orang Minangkabau (*Rantau nan Tigo Jurai*). Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Kuansing menggunakan adat istiadat serta bahasa Minangkabau. Kabupaten ini berada di bagian barat daya Provinsi Riau dan merupakan pemekaran dari Kabupaten Indragiri Hulu.

Salah satu jenis wisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat adalah wisata kuliner. Trend wisatawan sekarang yang datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut menjadi peluang besar bagi daerah. Mereka tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja, tetapi mereka juga mencari suasana dan pelayanan yang prima sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Banyak wisatawan yang menyempatkan waktu berburu makanan dan minuman khas daerah tujuan di sela-sela kegiatannya berwisata.

Kabupaten Kuantan Singingi (Kuansing) punya prospek cerah dalam industri pariwisata khususnya dalam pengembangan bisnis hotel dan restoran. Terlebih obyek wisata, seperti pacu jalur, wisata alam, kuliner dan wisata budaya lainnya sangat potensial dikembangkan untuk menunjang tumbuh dan berkembangnya sektor perhotelan dan restoran.

Kabupaten Kuantan Singingi secara geografis, geoekonomi dan geopolitik terletak pada jalur tengah lintas sumatera dan berada dibagian selatan Provinsi Riau, yang mempunyai peranan yang cukup strategis sebagai simpul perdagangan untuk menghubungkan daerah pelabuhan kuala enok. Dengan demikian Kabupaten Kuantan Singingi

---

mempunyai peluang untuk mengembangkan sektor-sektor pertanian secara umum, perdagangan barang dan jasa, transportasi dan perbankan serta pariwisata. Kabupaten Kuantan Singingi merupakan pemekaran dari Kabupaten Indragiri Hulu yang dibentuk berdasarkan UU No. 53 tahun 1999, tentang Pembentukan Kabupaten Pelalawan, Rokan Hulu, Rokan Hilir, Siak, Natuna, Karimun, Kuantan Singingi dan Kota Batam. Kabupaten Kuantan Singingi terdiri dari 12 (dua belas) kecamatan dengan luas wilayah 7,656,03 km<sup>2</sup>, yang berada pada posisi

antara 0<sup>00</sup> -1<sup>0</sup> 00 Lintang Selatan dan 101<sup>0</sup> 02 - 101<sup>0</sup> 55 Bujur Timur.

Kabupaten Kuantan Singingi (Kuansing) punya prospek cerah dalam industri pariwisata khususnya dalam pengembangan bisnis hotel dan restoran. Terlebih obyek wisata, seperti pacu jalur, wisata alam, kuliner dan wisata budaya lainnya sangat potensial dikembangkan untuk menunjang tumbuh dan berkembangnya sektor perhotelan dan restoran. Berikut adalah jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kuantan Singingi dari tahun 2010 – 2014:

**Tabel I.1**  
**Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Kuantan Singingi**  
**Tahun 2010 – 2014**

No.	Tahun	Jumlah (Orang)
1.	2010	179.200
2.	2011	181.600
3.	2012	185.420
4.	2013	185.976
5.	2014	201.000
<b>Total</b>		<b>933.196</b>

**Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi, 2015.**

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kuantan Singingi setiap tahunnya mengalami peningkatan. Terjadinya peningkatan jumlah kunjungan ini salah satunya dikarenakan makin populernya event Pacu Jalur di masyarakat lokal maupun internasional.

Salah satu agenda rutin pariwisata di Riau adalah pacu jalur kuansing yang selalu ramai dipenuhi penonton setiap pergelarnya. Pacu jalur merupakan salah satu event yang tidak boleh dilewatkan bila anda berkunjung ke Riau tepatnya berada di kabupaten Kuantan Singingi (kuansing). Pacu jalur adalah perlombaan tradisional mendayung perahu panjang, yaitu sebuah perahu yang terbuat dari kayu gelondongan dengan panjang bisa mencapai 25 sampai 40 meter. Setiap perahu mampu menampung sekitar 40 sampai 60 atlet dayung.

Jika wisatawan yang datang melihat pacu jalur merasa lapar, maka terdapat berbagai makanan khas dari Kuantan Singingi yang dapat dinikmati. Resep dari makanan atau cemilan tersebut diwariskan secara turun temurun dari nenek moyang. Makanan khas Kuantan Singingi yang paling dikenal adalah *konji berayak* yaitu sejenis cendol yang terbuat dari tepung beras dan berkuah santan. *Konji berayak* dapat ditemukan diacara-acara adat Kuantan Singingi. Selain itu terdapat juga lauk pauk dan cemilan lainnya yang mudah ditemui, seperti:

- 1) *Gelamai*, sejenis dodol yang terbuat dari tepung pulut yang telah dihaluskan dan dimasak dengan cara diberi minyak dan gula merah sehingga berbentuk kenyal seperti dodol. Setelah itu dibungkus dengan daun pandan yang dianyam.
- 2) *Gulai Cipiuk* (gulai siput), merupakan lauk khas yang

tersedia di Kuantan Singingi. Siput yang digunakan adalah siput halal yang berasal dari Sungai Kuantan. Biasanya dimakan dengan cara disedot, menyedotnya pun memerlukan teknik tersendiri.

Selain makanan tersebut diatas, masih terdapat makanan khas lainnya seperti *lopek*, *paniaram*, *lomang panggang*,

*bajik dopuar*, dan lain sebagainya. Akan tetapi biasanya makanan-makanan ini akan mengalami peningkatan harga ketika event pacu jalur tersebut dilaksanakan. Peningkatan harga tersebut bisa dua kali lipat harga normal. Untuk mengetahui perubahan harga makanan-makanan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel I.2**  
**Daftar Harga Makanan Khas Taluk Kuantan**

<b>Nama Makanan</b>	<b>Harga Sebelum Event Pacu Jalur</b>	<b>Harga Ketika Event Pacu Jalur</b>
Bajik dopuar	Rp. 10.000 – 12.000	Rp. 15.000 – 20.000
Lemang	Rp. 15.000 – 20.000	Rp. 25.000 – 35.000
Gelamai	Rp. 15.000	Rp. 20.000 – 30.000
Paniaram	Rp. 5.000 (3 biji)	Rp. 10.000 – 15.000 (3 biji)
Lapek pulut	Rp. 1.000/buah	Rp. 5.000 ( 3buah)
Wajik pulut	Rp. 10.000	Rp. 20.000 – 25.000

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi, 2015

Disamping makanan khas, makanan-makanan dan jajanan lain yang ada pun mengalami peningkatan harga ketika event pacu jalur berlangsung. Termasuk makanan pasar

dan minuman ringan. Untuk mengetahui peningkatan harga makanan dan minuman ringan lainnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel I.3**  
**Daftar Perubahan Harga Makanan dan Minuman Ringan di Taluk Kuantan**

<b>Nama Makanan/Minuman</b>	<b>Harga Sebelum Event Pacu Jalur</b>	<b>Harga Ketika Event Pacu Jalur</b>
Nasi rames	Rp. 15.000	Rp. 25.000 – 30.000
Nasi goreng	Rp. 10.000	Rp. 20.000
Mie goreng	Rp. 7.000	Rp. 15.000
Miso	Rp. 7.000	Rp. 15.000
Bakso	Rp. 12.000	Rp. 20.000 – 25.000
Sate	Rp. 11.000	Rp. 20.000 – 25.000
Mie rebus	Rp. 7.000	Rp. 15.000
Fanta, Milo, Sprite, Nescafe, Pocari Sweat, Soya, Sunkist	Rp. 7.000	Rp. 15.000
Aqua kecil	Rp. 500	Rp. 1000
Aqua menengah	Rp. 3.000	Rp. 8.000 – 10.000
Teh Es	Rp. 3.000	Rp. 8.000
Susu dingin	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Sirup dingin	Rp. 5.000	Rp. 8.000 – 10.000
Es canpur	Rp. 7.000	Rp. 15.000

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi, 2015

Banyak tempat-tempat yang menjadi pusat penjualan makanan dan minuman khas dengan suasana yang khas seperti yang ada di Kota Taluk Kuantan ketika event pacu jalur, warung dan tenda berjejer disepanjang kawasan event. Banyaknya sentra-sentra kuliner di wilayah Kabupaten Kuantan Singingi menjadi peluang untuk menjadikan kabupaten Kuantan Singingi sebagai Daerah Tujuan Wisata Kuliner. Namun demikian ketersediaan pusat-pusat penjualan makanan tersebut tidak lepas dari berbagai masalah seperti kebersihannya, menu yang ditawarkan, pemasarannya, harga yang di patok oleh pedagang tidak wajar, suasana kurang nyaman dengan banyaknya pengamen dan sebagainya.

Oleh karena itu perlu dicari solusi agar potensi wisata Kuliner di Kabupaten Kuantan Singingi dapat dioptimalkan. Untuk mengetahui tentang kondisi potensi wisata kuliner di Kabupaten Kuantan Singingi dan pangsa pasarnya, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Wisatawan Terhadap Penetapan Harga Kuliner pada Event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.”**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Pengertian Pariwisata**

Menurut Kodhyat dalam Desky (1996) mengatakan bahwa wisata adalah perjalanan dan persinggahan yang dilakukan oleh manusia di luar tempat tinggalnya untuk berbagai maksud dan tujuan, tetapi bukan untuk tinggal dan menetap di tempat yang dikunjungi atau disinggahi untuk melakukan pekerjaan yang mendapat upah. Pariwisata adalah suatu usaha yang sangat kompleks karena harus didukung oleh industri-industri pariwisata terkait yaitu mencakup usaha padat karya, menuntut kualitas tinggi dan saling integral satu dengan

yang lainnya yang bertujuan untuk memuaskan wisatawan dengan segudang fasilitas yang mendukung, yang ditunjang dengan sumber daya manusia yang handal dari setiap lini pelayanan wisata.

Secara etimologis, pariwisata diartikan sebagai belajar. Dalam bahasa latin pariwisata berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa perancis kuno artinya perjalanan mengelilingi sirkuit. Bila ditinjau dari sudut perusahaan perjalanan wisata diartikan sebagai bentuk sebuah perjalanan yang direncanakan dan disusun oleh perusahaan perjalanan dengan waktu seefektif mungkin dengan menggunakan fasilitas-fasilitas pendukung wisata lain, guna membuat peserta tur merasa puas dan senang (Kesrul, 2003).

Darmadji dalam Yoeti (1993) mengatakan industri pariwisata merupakan rangkuman dari berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk pariwisata maupun jasa-jasa pelayanan yang nantinya baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan wisatawan selama masa perlawatannya.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menerangkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah.

Dampak langsung adalah dengan adanya kunjungan wisatawan, maka akan menciptakan permintaan terhadap

fasilitas-fasilitas yang berkaitan dengan jasa industri pariwisata seperti hotel/ losmen melati, rumah makan, sarana angkutan atau travel biro dan jenis hiburan lainnya. Dampak tidak langsung adalah perkembangan di bidang pariwisata akan meningkatkan juga bidang-bidang lainnya.

Kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa.

## **B. Komponen Produk Wisata**

Produk pariwisata merupakan produk jasa. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi, (2001) jasa merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Suyitno (1990) berpendapat bahwa produk pariwisata adalah barang atau jasa yang dibuat dengan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dalam proses produksi tersebut.

Dalam pariwisata, produk merupakan perpaduan antara pelayanan dari produk-produk yang berbeda bentuk dan jenisnya. Produk tersebut dapat berupa transportasi, penginapan, objek dan daya tarik wisata, restoran, dan sebagainya (UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan). Ngafenan dalam Haryono (1997) menyebutkan, “produk pariwisata adalah segala aspek wisata yang dialami oleh wisatawan selama

mengadakan suatu perjalanan wisata, meliputi atraksi wisata dan kemudahan-kemudahan yang didapatkannya”.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa produk pariwisata adalah seluruh jasa yang diberikan oleh berbagai macam perusahaan pariwisata, sejak seorang wisatawan meninggalkan tempat tinggalnya, selama di tempat tujuan, hingga kembali ke tempat asalnya. Produk pariwisata berorientasi kepada konsumen (wisatawan), ini berarti bahwa produk pariwisata harus disusun sesuai dengan kondisi wisatawan, baik motifasinya, daya belinya, karakteristiknya dan sebagainya.

Produk pariwisata memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan produk yang berupa barang. Graffin dalam Lupiyoadi (2001) menjelaskan karakteristik produk pariwisata adalah:

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dalam hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.
- 2) *Unstorability*. Jasa tidak mengenal persediaan dan penyimpanan. Pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya.
- 3) *Customization*. Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan. Dari definisi di atas, tampak bahwa dalam karakteristik produk pariwisata, jasa pariwisata adalah suatu proses atau aktifitas, dan aktifitas-aktifitas tersebut tidak berwujud. Dalam jasa selalu ada aspek interaksi

antara konsumen dan pemberi jasa.

### **C. Persepsi**

Persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Persepsi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah tanggapan atas sesuatu (Badudu 1996:1048). Menurut Buss (1978) Persepsi merupakan cara pandang dan secara umum merupakan pengumpulan dan penginterpretasian informasi dengan proses yang dimulai dengan mencatat hal-hal pokok yang berada di lingkungan yang kemudian diberi analisis untuk diberi arti. Sementara menurut Subowo (1981) persepsi menunjuk adanya aktifitas mengindra, menginterpretasi, memberi penilaian terhadap obyek fisik maupun sosial dan penginderaan ini tergantung pada stimulus fisik maupun sosial dan lingkungannya, melalui stimulus fisik maupun sosial, maka pengalaman akan didapatkan.

Dari berbagai macam pendapat dan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan persepsi adalah menyangkut penilaian atau pandangan seseorang terhadap sesuatu. Jadi persepsi wisatawan adalah penilaian atau pandangan wisatawan terhadap sesuatu.

### **D. Pasar Pariwisata**

Menurut Fandeli (2003:4), pasar pariwisata (*demand*) adalah merupakan

pihak yang meminta atau membutuhkan kegiatan berwisata. Oleh karenanya, banyak permintaanyang harus dipenuhi oleh penyedia kegiatan pariwisata. Masih menurut Fandeli, terdapat beberapa unsur penting yang harus dipertimbangkan dalam aspek pasar pariwisata, yaitu Unsur Wisatawan, Aktivitas, Promosi dan *technology*, dan Kelembagaan Salah satu faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wisata atau melakukan perjalanan adalah berkaitan dengan kebutuhan, motif dan kepribadian seseorang.

Terdapat faktor pendorong (kebutuhan dan motif) yaitu kebutuhan untuk membebaskan diri, menemukan diri sendiri, istirahat dan relaksasi, prestige, keluarga, mencari pengalaman baru, petualang dan tantangan, serta faktor penarik atraksi, yaitu mencakup manusia, tempat dan aktivitas (Arma dalam Fandeli,1995). Sementara menurut Mathiesen dan Wall (dalam Fandeli:1995) tuntutan kebutuhan orang melakukan kegiatan wisata terutama dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan teknologi, serta termasuk di dalamnya adalah meningkatnya pendapatan dan kemampuan daya beli yang semakin tinggi, keinginan orang melepaskan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan mendapatkan perubahan suasana dan memanfaatkan waktu senggang sesudah bekerja, bertambahnya kemajuan - kemajuan dalam bidang transportasi mengakibatkan perjalanan lebih mudah, cepat dan nyaman, serta kemudahan-kemudahan dalam mobilitas, serta tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan meningkatkan pula keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat yang ingin dikunjungi.

### **E. Objek dan Daya Tarik Wisata**

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Menerangkan bahwa Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Produk pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan, dimiliki dan dinikmati oleh wisatawan sejak ia meninggalkan rumah, tempat tinggal sampai ke daerah wisata yang dipilihnya hingga kembali ke tempat asalnya. Adapun yang dimaksud dengan produk industri wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh oleh wisatawan.

Suatu daerah dapat menjadi daerah tujuan wisata hanya jika mempunyai potensi wisata untuk dikembangkan menjadi objek dan atraksi wisata yang harus komplementer dengan motif perjalanan wisatawan. Potensi wisata tersebut berupa potensi alam, potensi budaya dan potensi manusia (Soekardijo 1996:50). Potensi wisata kemudian dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata. Objek wisata sendiri adalah sesuatu yang dapat dilihat dan disaksikan tanpa disiapkan terlebih dahulu, contohnya pemandangan alam, pantai, danau, gunung dan sebagainya, sedangkan atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui pertunjukan / show yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan, harus dipersiapkan terlebih dahulu, sebagai contoh upacara tradisional, kesenian rakyat tradisional dan lain-lain.

### **F. Wisata Kuliner**

Kata kuliner yang berasal dari bahasa inggris "culinary" yang didefinisikan sebagai sesuatu yang terkait dengan

masakan atau dapur. *Culinary* lebih banyak diasosiasikan dengan tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan masakan agar terlihat menarik dan lezat (Yuyun Alamsyah : 2008).

Sama halnya menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993 : 159) *Culinary* diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan.

Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa secara harafiah kuliner adalah dapur yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan makanan, seperti chefs, management restaurant, ahli penata diet, ahli gizi dan sebagainya. Jadi yang dimaksud dengan wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman.

Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak (Farida Arifianti : 38). Lebih lanjut Davis dan Stone ( 1994 : 44) mengemukakan bahwa karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain kualitas, penyajian, susunan menu, porsi makanan, siklus hidup produk, dekorasi ruang maupun pengaturan meja.

Sebagian makanan dan minuman disajikan dan disediakan di restoran yaitu suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA. 1991:7). Selain restoran, tempat penjualan makanan

dan minuman yang banyak berdiri adalah warung makan yaitu tempat penjualan makanan pokok dalam skala lebih kecil dan lebih sederhana daripada restoran, dan toko atau pusat jajanan yaitu tempat yang secara khusus hanya menjual makanan kudapan yang sebagian besar berupa makanan kering (Hasan Saputro 2004: 12-13).

#### **G. Unsur – Unsur Pariwisata**

Unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut (Pendid, 1994):

- 1) Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara.
- 2) Jasa Boga dan Restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.
- 3) Transportasi dan Jasa Angkutan, industri usaha jasa yang bergerak di bidang angkutan darat, laut dan udara.
- 4) Atraksi Wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.
- 5) Cenderamata (*Souvenir*), benda yang dijadikan kenang-kenangan untuk dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asal.
- 6) Biro Perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.

#### **H. Wisatawan**

Definisi wisatawan menurut Norval (Yoeti, 1995) adalah setiap orang yang datang dari suatu Negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di Negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membelanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. Sedangkan menurut Soekadijo (2000), wisatawan adalah pengunjung di Negara yang dikunjunginya setidaknya

tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi:

- 1) Mengisi waktu senggang atau untuk bersenang-senang, berlibur, untuk alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya.
- 2) Melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
- 3) Melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya). Dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum, 2009: 17).

## METODE PENELITIAN

Menurut Sekaran dalam Zulganef (2008) mengungkapkan pengertian desain penelitian sebagai suatu rencana penelaah/penelitian secara ilmiah dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian atau identifikasi masalah. Sedangkan menurut Sumarni dan Wahyuni (2006) desain penelitian merupakan perencanaan, struktur, dan strategi penelitian dalam rangka menjawab pertanyaan dan

mengendalikan penyimpangan yang mungkin terjadi.

Dalam metode penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu dengan cara mengelompokkan data yang disusun sedemikian rupa, kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh organisasi sehingga dapat diambil dalam suatu kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Persepsi Wisatawan Terhadap Penetapan Harga Kuliner pada Event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi

Berikut adalah tabel rekapitulasi tanggapan responden tentang persepsi wisatawan terhadap penetapan harga kuliner pada event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi:

**Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden**

	Variabel	Indikator	Skor	Hasil
Persepsi Wisatawan terhadap Penetapan Harga Kuliner pada Event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi	Persepsi wisatawan	Kualitas dan Variasi Makanan	314	<b>Cukup Baik</b>
		Lokasi Tempat Makanan	314	
		Pelayanan	297	
		Sarana dan Prasarana	203	
		Harga	192	
<b>Total Skor</b>			<b>1.320</b>	

*Sumber : Penelitian Lapangan, 2015.*

Dari hasil rekapitulasi tanggapan responden/ wisatawan di atas, maka responden menilai persepsi wisatawan terhadap penetapan harga kuliner pada event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi cukup baik. Hal tersebut dibuktikan melalui perolehan total skor keseluruhan, yaitu 1.320 poin. Hasil ini diperoleh dari rentang skor keseluruhan variabel yang menyebutkan cukup baik apabila total

skor penilaian adalah 1.001 – 1.500 poin

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis jabarkan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan tentang persepsi wisatawan terhadap penetapan harga kuliner pada event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi sebagai berikut :

- a) Diketahui karakteristik wisatawan yang berkunjung ke event Pacu Jalur adalah dari mereka yang berjenis kelamin perempuan, yang berumur 17 – 31 tahun, yang memiliki pendapatan sekitar 1.100.000 – 3.000.000 rupiah, dan mereka yang datang dari kalangan umum.
  - b) Diketahui kualitas dan variasi makanan yang disajikan pada event Pacu Jalur cukup baik, lokasi tempat makan cukup baik, pelayanan yang diberikan pedagang cukup baik, sarana dan prasarana yang ada/ disediakan kurang baik, dan harga makanan/ minuman yang ditawarkan pedagang kurang baik.
  - c) Diketahui secara keseluruhan persepsi wisatawan terhadap penetapan harga kuliner pada event Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi cukup baik.
- tahunan Pacu Jalur di kabupaten Kuantan Singingi lebih memperhatikan lagi tentang penetapan harga kuliner (makanan dan minuman) yang ditawarkan oleh para pedagang yang menjajakan dagangan mereka ketika pelaksanaan event Pacu Jalur. Memberikan batasan harga tertinggi sehingga para pedagang tidak mengambil kebijakan sendiri dalam menaikkan harga kuliner.
- c. Agar Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olah Raga sebagai penyelenggara event tahunan Pacu Jalur di kabupaten Kuantan Singingi bisa meningkatkan kerja sama dengan segala pihak yang terkait demi kelangsungan event tahunan lokal ini agar lebih baik dimasa yang akan datang.

## 2. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran – saran sebagai berikut:

- a. Agar Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olah Raga sebagai penyelenggara event tahunan Pacu Jalur di kabupaten Kuantan Singingi lebih memperhatikan lagi sarana dan prasarana yang ada di sekitar pelaksanaan acara. Sarana dan prasarana yang belum ada agar disediakan, yang sudah rusak dan tidak layak pakai agar diganti atau diperbaiki. Menjaga sarana dan prasarana yang masih baik.
- b. Agar Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olah Raga sebagai penyelenggara event

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. 2008. *Kuliner Tradisional*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. ed. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Revisi V. Rineka Cipta. Jakarta.
- Echols, John M. & Shadily, Hasan. 1993. *Kamus Inggris Indonesia*. Penerbit PT. Gramedia. Jakarta.
- Fagence, Michael. 2001. *Integrated Planning for Sustainable Tourism Development*. Presentation to National Seminar on Sustainable Tourism Development Jakarta.Indonesia.
- Fandeli, Chafid. 2002. *Perencanaan kepariwisataan Alam*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

- Faulkner, B. 1997. Perkembangan Pariwisata Indonesia: Perspektif "Gambaran Besar". Dalam Myra P.Gunawan. ed. *Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*. Proseding Pelatihan dan Lokakarya. ITB. Bandung.
- Gunn, Clare A. 1988. *Tourism Planning*. 2 nd Edition. Taylor & Francis. New York.
- Husein, Umar. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia. Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 1999. *Principles of Marketing*. 7th Edition. Printice Hall Inc. Upper Saddle River.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Milenium ed. Printice Hall Inc. Upper SaddleRiver.
- Kusmayadi & Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. PT Gramedia Utama. Jakarta.
- Marsum, WA. 1991. *Restoran Dan Segala Permasalahannya*. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Mc Intosh, Robert W & Goeldner, Charles R. 1990. *Tourism, Principles, Practices, andPhilosophies*. John Wiley & Sons Inc. New York.
- Musanef. 1996. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Gunung Agung. Jakarta.
- Nasution. 2001. *Manajemen Mutu terpadu*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nuryanti,Wiendu. 1995. Perencanaan Pembangunan Regional dan Kawasan untuk Kepariwisataaan Alam. Dalam Chafid Fandeli. Ed. *Dasar-dasar manajemenKepariwisataaan alam*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Pearce, Douglas. 1988. *Tourist Development*. Second Edition. Longman Scientific & Technical. New Zealand.
- Sjahmien, Moehyi. 1992. *Penyelenggaraan Makanan Industri dan Jasa Boga*. Bhara. Jakarta.
- Soekadijo, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekresno. 2000. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian administrasi*. Alfabeta. Bandung.
- Undang-undang No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan.