



## Gastronomi Pariwisata dan Motivasi Pariwisata: Rumah Produksi Tahu Susu Lembang

Dina Fitriani<sup>1</sup>, Sifa Sukowati<sup>2</sup>, Asep Parantika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Nasional

### Abstract

Received: 2 Maret 2023

Revised: 8 Maret 2023

Accepted: 18 Maret 2023

Gastronomy tourism is an important consideration among tourists when choosing a tourist destination.. The main objective of the study was to measure the level of satisfaction in the tourists and further consider the craftsmanship of creation as a component of motivational tourism visitor. This type of research is qualitative research. The population of this study was visitors or tourists who came to the Rumah Produksi Tahu Susu Lembang with a sample of 30 tourists. Data is collected by interviewing travellers at the destination. Gastronomic motivation has an impact on tourism locations and according to research, gastronomic experiences affect tourist satisfaction.

**Keywords:** Tourism Motivation, Tourism Gastronomy

(\*) Corresponding Author: [dina@gmail.com](mailto:dina@gmail.com)

**How to Cite:** Fitriani, D., Sukowati, S., & Parantika, A. (2023). Gastronomi Pariwisata dan Motivasi Pariwisata: Rumah Produksi Tahu Susu Lembang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 111-115. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7884888>

## PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, pariwisata telah menjadi salah satu industri terpenting dan berkembang pesat di dunia. Sebagai akibat dari dampak ekonomi yang positif dari industri pariwisata, hal ini juga berkontribusi terhadap pengurangan pengangguran dan peningkatan kualitas nasional. Pariwisata dianggap sebagai salah satu faktor terpenting pertumbuhan ekonomi, citra nasional, dan kebangkitan industri pariwisata di hampir setiap negara. Industri pariwisata merupakan penyumbang utama pendapatan, terutama yang bergantung pada pendapatan pariwisata. Pariwisata mendukung, antara lain, industri global. Itulah sebabnya banyak negara berinvestasi dan mendukung pariwisata (Berbel-Pineda et al., 2019; Pakhtunkhwa et al., 2022; Testa et al., 2019). Poon & Low (2005) Berpendapat bahwa motivasi pariwisata bergantung pada struktur pariwisata: berbagai kegiatan budaya, festival kuliner dan olahraga, serta pemandangan yang indah (Hernandez-Rojas et al., 2021; Agyeiwaah et al., 2019; Zada et al., 2019). Pariwisata adalah tentang pemandangan alam dan masakan lokal yang lezat. Perilaku destinasi, motivasi, kepuasan, dan loyalitas bergantung pada makanan lokal dan kepuasan destinasi. Makanan lokal dinilai dari rasa, kualitas, dan perilaku lokal. Makanan lokal (lokal dan internasional) menarik wisatawan untuk membuat dan mengonsumsi pesan-pesan motivasi bagi wisatawan lain. Masakan lokal menarik wisatawan. Makanan lokal juga berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi (Ullah et al., 2022).

Tingkat kepuasan dan motivasi seorang turis tergantung pada kualitas makanan, pentingnya tujuan dan lingkungan alam dan atmosfer. Sejumlah



penelitian telah menegaskan dan mencatat bahwa makanan lokal dapat digunakan sebagai alat dan kriteria kompetitif untuk daya tarik wisatawan dan loyalitas destinasi. Ada semakin banyak penelitian tentang bagaimana makanan, dan "pengalaman gastronomi" secara umum, memengaruhi kepuasan dan motivasi orang secara keseluruhan. Akibatnya, makanan lokal telah menjadi daya tarik wisata. Sekarang menjadi bagian dari warisan budaya daerah yang sering dikunjungi wisatawan. Pariwisata dan kerajinan terkait dalam tiga cara: (1) komponen budaya lokal, (2) sumber pendapatan industri pariwisata, dan terakhir, (3) barang berwujud yang dijual kepada wisatawan. Banyak destinasi wisata yang berbasis wisata gastronomi. Makanan berperan dalam menyampaikan pesona dan citra suatu daerah. Pentingnya makanan lokal membuat wisatawan lebih cenderung mengunjungi tempat-tempat tertentu (Berbel-Pineda et al., 2019).

Awal tahun 2008, Perry Tristianto, pemilik restoran di kota Bandung, tertarik untuk membuat masakan tahu dari Factory Outlet (FO). Hal pertama yang dilakukan Perry adalah mencari aneka racikan tahu yang sangat mudah ditemukan di kota tempat tinggalnya. Setelah mencari, menyortir, dan memilih bahan, akhirnya ia memilih salah satu produk Lembang terpopuler susu sapi. Setelah beberapa kali mencoba, usaha Tahu Sorgum Lembang (TSL) dibuka pada 22 Desember 2008. Pembuatannya juga dengan mencampurkannya dengan susu, namun bahan utama dari tahu sorgum lembang ini tentunya adalah kedelai. Keduanya diolah dengan mentega sehingga diperoleh susu dengan tekstur yang lembut, gebu, dan berprotein sangat tinggi. Dengan cita rasanya yang unik, TSL sepertinya akan menjadi hidangan yang populer di kalangan masyarakat Bandung dan sekitarnya. Tak perlu dikatakan, TSL memiliki konsep lokasi dan metode perdagangan yang unik. Saat masuk ke area TSL, anda akan disambut seperti memasuki SPBU, namun plangnya adalah POM Tahu. Jika diperhatikan, mobil TSL ini sebenarnya mirip SPBU dan nama POM Tahu merupakan singkatan dari Pusat Orang Makan Tahu (*Tahu Susu Lembang – Industrial Tourism World*, n.d.).

Setiap pengunjung yang mendatangi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang pasti mempunyai suatu alasan tertentu atau motivasi tertentu. Motivasi tersebut berbeda disetiap pengunjungnya dan tingkat kepuasan pengunjung juga memiliki peran penting dalam perkembangan tempat wisata Rumah Produksi Tahu Susu Lembang melalui komentar yang tersedia di sosial media.

## METODE

Objek penelitian ini adalah destinasi yang diteliti yaitu Rumah Produksi Tahu Susu Lembang. Area penelitian akan dilakukan di Lembang, Kabupaten Kota Bandung dan waktu penelitian akan dilaksanakan bulan Desember 2022. Data dikumpulkan melalui wawancara kepada para pengunjung untuk mendapatkan informasi mengenai motivasi para wisatawan yang mengunjungi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang. Salah satu teknik sampling yang digunakan yaitu teknik sampling (Sugiyono, 2015) merupakan jenis pengambilan sampel probabilitas yang digunakan ketika sejumlah besar orang berpartisipasi dalam survei. Teknik ini digunakan ketika 30 orang atau lebih berpartisipasi dalam survei. Dengan teknik ini, data dapat dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif, dan data di lapangan akan dianalisis secara deskriptif. Analisis data

dapat dilakukan dengan bantuan teori dan bukti empiris untuk menghasilkan hasil yang lebih kompleks.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Rumah Produksi Tahu Susu Lembang dikenal sebagai salah satu *trademark* yang wajib dikunjungi saat berkunjung ke Lembang. Salah satu keistimewaan Tahu Susu Lembang adalah fasilitas *drive-thru* yang menyerupai SPBU untuk membantu pelanggan yang sibuk dengan jadwal lainnya. Rumah produksi Tahu Susu Lembang banyak kaitannya dengan konsep bagaimana proses produksi Tahu Susu Lembang ini berjalan. Tahu Susu Lembang juga digemari banyak orang karena proses pembuatannya yang menggunakan susu murni dan margarin, yang membuat tekstur bagian luar tahuannya renyah dan bagian dalamnya lembut (*KUNJUNGAN INDUSTRI TAHU SUSU LEMBANG – Laboratory*, n.d.)

Tahu susu juga terbuat dari kacang kedelai, susu segar, margarin, bawang putih, tahu, kunyit, garam, dan air. Proses pembuatan tahu susu Lembang adalah sebagai berikut:

1. Rendam kacang selama 4 jam dan cuci sampai bersih
2. Giling kacang menggunakan mesin penggiling
3. Rebus kacang sambil diaduk kurang lebih 1 jam
4. Saring kacang untuk memisahkan ampas dan sari kedelai (*soy milk*)
5. Tambahkan susu murni, mentega, dan garam dan juga biang tahu, aduk sampai tercampur rata dan biarkan sampai mengendap
6. Jika sudah menjadi biang tahu, cetak menggunakan papan cetakan lalu *press* selama 1 jam
7. Potong adonan sesuai ukuran
8. Rebus tahu selama 15 menit ke dalam air mendidih yang sudah diberi garam dan bawang putih
9. Dinginkan tahu menggunakan kipas
10. Setelah dingin, tahu siap dikemas dan dijual.

Produksi TSL tidak menentu setiap harinya. Disesuaikan dengan pemesanan. Jika TSL sudah habis dalam satu hari, maka akan dilakukan produksi tambahan/stok tambahan. Dan ketika *weekend*, bisa memproduksi hingga 1 ton. Tahu Susu Lembang yang sudah diolah dapat bertahan hingga 2 hari di suhu ruangan dan 3 hari di suhu *freezer*. Yang membuat tahu disini enak untuk dikonsumsi adalah karena setelah di produksi, tahu langsung dijual. Yang menjadikan tahu disini selalu *fresh*. Faktor ini pula yang menjadikan wisatawan merasa puas berkunjung ke Rumah Produksi Tahu Susu Lembang.

Melalui wawancara yang dilakukan kepada para wisatawan di Rumah Produksi Tahu Susu Lembang, mayoritas wisatawan mengunjungi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang karena ingin melihat bagaimana proses pembuatan tahu susu Lembang mulai dari perendaman kacang kedelai hingga proses pengemasan yang dapat dilihat secara langsung. Tidak sedikit pula wisatawan yang rela macet-macetan di jalan hanya karena ingin melihat proses pembuatannya. Dan para wisatawan itu pun tidak merasa menyesal setelah mencicipi rasa tahu susunya yang sangat enak dan berbeda dengan tahu pada umumnya. Dan beberapa wisatawan yang sudah beberapa kali atau sudah pernah

mengunjungi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang kembali mengunjungi hanya karena ingin mencoba makanan yang ada di *Food Court* yang memang terdapat di lantai bawah. *Food Court* tersebut juga menyediakan berbagai macam makanan mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern yang tidak kalah enak dengan tahu susu lembangnya.

Tidak jarang pula wisatawan mengunjungi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang karena tertarik dengan POM *drive-thru* nya yang unik terlihat benar-benar seperti sebuah SPBU. Wisatawan merasa puas mengunjungi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang karena mempunyai lahan parkir yang luas, dan juga terdapat berbagai macam makanan selain tahu susu seperti *brownies* tahu susu, *banana crispy*, susu kedelai, yoghurt, susu murni, keju mozarella, pie susu lembang, dan aneka sambal juga terdapat berbagai oleh-oleh khas Bandung. Tahu susu ini juga dibuat dalam 5 varian seperti tahu goreng, tahu buntel, takus panjang, takus kotak, dan takus kasur yang dijual dalam keadaan mentah.

Karena beberapa faktor inilah yang menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjungi Rumah Produksi Tahu Susu Lembang. Berbagai macam makanan yang ditawarkan dan juga rasanya yang tidak mengecewakan.

## KESIMPULAN

Rumah Produksi Tahu Susu Lembang merupakan tempat yang banyak dikunjungi wisatawan karena dapat melihat bagaimana proses pembuatan Tahu Susu Lembang mulai dari perendaman kacang kedelai sampai proses penggorengan. Selain melihat proses pembuatan, pengunjung juga dapat mencoba Tahu Susu Lembang yang sudah selesai dibuat langsung dari pabriknya. Ditambah rasa tahunya yang sangat enak karena terdapat campuran susu didalamnya. Itulah yang membuat pengunjung tertarik dan merasa puas untuk datang ke destinasi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agyeiwaah, E., Otoo, F. E., Suntikul, W., & Huang, W. J. (2019). Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(3), 295–313. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541775>
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18(April), 100171. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100171>
- Hernandez-Rojas, R. D., Folgado-Fernandez, J. A., & Palos-Sanchez, P. R. (2021). Influence of the restaurant brand and gastronomy on tourist loyalty. A study in Córdoba (Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 100305. <https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2021.100305>
- KUNJUNGAN INDUSTRI TAHU SUSU LEMBANG – Laboratory*. (n.d.). Retrieved January 19, 2023, from <https://bbs.binus.ac.id/bbslab/2019/12/kunjungan-industri-tahu-susu-lembang/>
- Pakhtunkhwa, K., Kpk, P., Zada, M., Zada, S., Ali, M., Zhang, Y., Begum, A., Han, H., Ariza-montes, A., & Araya-castillo, L. (2022). Contribution of

- Small-Scale Agroforestry to Local Economic Development and Livelihood Resilience : Evidence from. *Land*, 11(71), 1–21.
- Sugiyono, M. (2015). *penelitian & pengembangan (Research and Development/R&D)*. Alfabeta.
- Tahu Susu Lembang – Industrial Tourism World*. (n.d.). Retrieved January 16, 2023, from <https://www.industrial-tourism.com/industrial/tahu-susu-lembang/index.htm>
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M., & Migliore, G. (2019). Culinary tourism experiences in agri-tourism destinations and sustainable consumption-Understanding Italian tourists' motivations. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su11174588>
- Ullah, N., Khan, J., Saeed, I., Zada, S., Xin, S., Kang, Z., & Hu, Y. (2022). Gastronomic Tourism and Tourist Motivation: Exploring Northern Areas of Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13). <https://doi.org/10.3390/ijerph19137734>
- Zada, M., Shah, S. J., Yukun, C., Rauf, T., Khan, N., & Shah, S. A. A. (2019). Impact of small-to-medium size forest enterprises on rural livelihood: Evidence from Khyber-Pakhtunkhwa, Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10). <https://doi.org/10.3390/su11102989>