

HOUSE OF RAMINTEN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER CERMINAN BUDAYA ASLI YOGYAKARTA

Jeremy Fitzgerald Kevin Parimo¹, Rakhmat Ashartono^{2*}
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta, Indonesia^{1,2}
E-mail: rakhmatashartono92@gmail.com^{2*}

ABSTRACT

House Of Raminten is a traditional restaurant from the city of Yogyakarta that serves modified Javanese food and drinks. House Of Raminten was created by an artist from Yogyakarta, namely Mr. Hamzah Sulaeman. The hallmark of the House Of Raminten is to use the concept of Javanese culture in every ornament in the building and to use traditional clothes for the waiters on duty. This method is used so that the typical Javanese culture is maintained and known by many people. Not only the use of concepts that attract tourists, the culinary served is also an attraction for tourists who visit because the prices are cheap but still provide the best quality. Culinary appeal and the use of Javanese cultural concepts are two strong things that are still maintained by House Of Raminten to maintain its uniqueness and invite tourists to visit this restaurant.

Keywords: *House Of Raminten, Culinary, Attraction, Culture.*

PENDAHULUAN

Yogyakarta merupakan salah satu Destinasi Wisata yang memiliki kekayaan akan kebudayaan, dimana dalam mendukung suatu kegiatan wisata di Yogyakarta sudah tentu perlu adanya pengelolaan yang tidak lepas dari campur tangan stakeholder. Jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Yogyakarta cukup banyak sehingga memerlukan pengelolaan serius dari pihak-pihak terkait. Wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta berasal dari dalam maupun luar negeri yang tentunya memiliki tujuan berbeda-beda seperti mencari tahu tentang adat istiadat serta budaya yang ada, sekedar menghabiskan waktu untuk berlibur serta tidak sedikit dari mereka juga melakukan wisata kuliner. Murphy (2016) menyebutkan destinasi wisata

sering dikunjungi wisatawan dikarenakan kondisi lingkungan, infrastruktur dan nilai budaya. *House of Raminten* merupakan restoran berkonsep Jawa dengan nuansa Keraton Yogyakarta yang terkenal di Kota Yogyakarta, yang didirikan oleh Hamzah Sulaeman. Saat pertama kali masuk ke tempat ini pengunjung sudah bisa merasakan Budaya Jawa yang cukup khas, mulai dari pakaian Adat Jawa yang dikenakan oleh para petugas hingga desain bangunan yang unik dengan suasana tenang dan diiringi alunan musik-musik khas Jawa.

Salah satu yang bisa menarik wisatawan saat mereka berwisata adalah Makanan dan Minuman yang menjadi ciri khas dari Daya Tarik Wisata yang dikunjungi. Dalam hal ini Kota Yogyakarta mempunyai banyak sekali

tujuan wisata yang menarik dan penuh dengan nuansa kebudayaan yang beragam dikarenakan Kota Yogyakarta juga dikenal sebagai “Kota Pelajar” dimana masyarakat yang tinggal di dalamnya pun dari berbagai macam suku dan keramahan masyarakatnya menjadi alasan kota Yogyakarta sangat diminati oleh wisatawan (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2020). Wisata Kuliner merupakan wisata yang tidak bisa dilewatkan untuk dicoba khususnya harus diperkenalkan kepada generasi muda yang mulai lupa dengan warisan kuliner negara. Kuliner sudah menjadi bagian dari gaya hidup dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari makhluk hidup baik makanan dan minuman yang beragam mulai dari yang sederhana hingga mewah dan berkelas tinggi. Adanya filosofi *hamemayu hayuning bawana* yang mengandung makna sebagai kewajiban melindungi, memelihara serta membina keselamatan dunia dan lebih mementingkan berkarya untuk masyarakat daripada memenuhi ambisi pribadi. Oleh karena beberapa alasan itulah di sini penulis memilih tema yang berkaitan dengan salah satu wisata kuliner yang menjadi suatu cerminan budaya Yogyakarta yaitu *House Of Raminten*.

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa penelitian terdahulu sudah ada yang mengkaji kaitannya dengan kebudayaan yang menjadi salah satu daya tarik wisata yang bisa memberikan kepuasan terhadap wisatawan seperti penelitian yang dilakukan oleh Kirom, Sudarmiatin dan Putra (2016) dengan judul “Faktor-Faktor

Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan” ada 6 faktor yang dipertimbangkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata yaitu faktor budaya, keunikan, promosi, keramahtamahan, biaya dan kualitas layanan. Faktor budaya juga memiliki pengaruh baik terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini tidak lepas dari dimensi budaya, subbudaya, dan kelas sosial.

Selanjutnya dalam penelitian lain seperti penelitian yang dilakukan oleh Setiawan, Hamid, Ummasyroh, dan Bustan (2020) yang berjudul “Model Daya Tarik Kuliner Lokal Sebagai Pendorong Daya Tarik Wisata Kuliner” menyatakan bahwa keterlibatan wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Adanya keterlibatan wisatawan dengan kuliner lokal tidak mendorong mereka untuk bersedia datang ke destinasi wisata kuliner. Pengetahuan wisatawan tentang kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengetahuan yang lebih baik tentang kuliner lokal yang dimiliki oleh wisatawan tidak membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi tujuan wisata kuliner dan menikmati masakan lokal.

Pengalaman wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengalaman wisata yang mendalam dalam menikmati makanan lokal saat wisatawan berada di destinasi wisata akan membuat mereka lebih tertarik mengunjungi destinasi wisata

kuliner. Daya tarik kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata kuliner. Semakin menarik kuliner lokal yang disajikan oleh pengelola destinasi wisata maka akan semakin menarik destinasi wisata kuliner. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman wisata yang terkait dengan wisata kuliner.

METODE

Dalam penelitian ini, penulis akan memakai metode kualitatif. Penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan segala sesuatu yang telah diteliti dan mencari informasi dari sumber yang benar. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Anggito dan Setiawan, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini ada 100 responden yang dipilih untuk dijadikan bahan pengolahan data hasil dari penelitian. Adapun hasil data responden yang sudah dirangkum adalah sebagai berikut :

a. Asal Responden

Dalam kategori ini, peneliti mengelompokkan asal 100

responden yang yang pernah melakukan kunjungannya ke *House Of Raminten* Yogyakarta yang dimana dibagi menjadi 2 yaitu dari Yogyakarta dan Luar Kota Yogyakarta.

b. Usia

Dalam kategori ini, peneliti mengelompokkan usia 100 responden yang yang pernah melakukan kunjungannya ke *House Of Raminten* Yogyakarta yang dimana dibagi menjadi 4 kategori yaitu dari usia 8-15 tahun, 16-24 tahun, 25-40 tahun, dan usia lebih dari 40 tahun.

c. Jenis Kelamin

Dalam kategori ini, peneliti mengelompokkan jenis kelamin dari 100 responden yang yang pernah melakukan kunjungannya ke *House Of Raminten* Yogyakarta yang dimana dibagi menjadi 2 kategori yaitu Laki-laki dan Perempuan.

d. Jumlah Kunjungan

Dalam kategori ini, dikelompokkan jumlah kunjungan dari 100 responden yang yang pernah melakukan kunjungannya ke *House Of Raminten* Yogyakarta yang dimana dibagi menjadi 4 kategori yaitu Belum Pernah, 1 Kali, 2 Kali, Lebih dari 2 Kali.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan para responden tersebut muncul beberapa faktor analisis Lingkungan Internal dan Eksternal yang selanjutnya

akan ditulis dan digambarkan di dalam Matriks SWOT yang akan menghasilkan simpulan dari penelitian ini.

Analisis Faktor Lingkungan Internal

a. Aksesibilitas

1) Jalan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, akses untuk menuju *House Of Raminten* mudah untuk dijangkau dikarenakan tempat ini terletak di pusat kota serta sangat dekat daerah wisata lainnya seperti Tugu Yogyakarta.

2) Transportasi

Transportasi yang digunakan pengunjung *House Of Raminten* hampir sebagian besar adalah kendaraan roda empat namun memang ada kendala di ketersediaan lahan parkir yang kurang.

b. Fasilitas

Fasilitas yang tersedia di *House Of Raminten* sendiri dapat dikatakan cukup lengkap mulai dari fasilitas umum kebersihan seperti toilet umum, tempat sampah, wastafel untuk cuci tangan, mushola dan ruang tunggu untuk para pengunjung yang mengantri.

c. Sumber Daya Manusia

Hubungan Sumber Daya Manusia di *House Of Raminten* sendiri sangat baik, dikarenakan hampir seluruh karyawan di tempat ini kebanyakan merupakan orang asli Yogyakarta. Selain itu, ditambah

dengan penggunaan konsep budaya Jawa di *House Of Raminten* ini, dapat menambah kelestarian budaya khas dari Indonesia khususnya budaya Jawa.

d. Keamanan

Untuk tingkat keamanan di *House Of Raminten* sendiri saat melakukan kunjungan masih terbilang kurang lengkap dikarenakan kurangnya penjagaan dari *security* atau penjaga keamanan khusus.

e. Kebersihan

Untuk masalah kebersihan di *House Of Raminten* sudah cukup. Seluruh lingkungan terjaga dengan baik dikarenakan adanya petugas kebersihan yang selalu kontrol. Namun, memang ada satu hal yang menjadi permasalahan yaitu adanya kandang kuda yang terletak di area belakang, yang menurut beberapa pengunjung hal itu cukup mengganggu.

f. Pelayanan

Dari segi pelayanan, setiap tamu yang datang disambut dengan baik oleh petugas resepsionis yang ada di pintu masuk. Apabila tersedia tempat makan, pengunjung langsung diarahkan dan diantar oleh petugas ke meja yang dituju, namun apabila belum ada tempat yang tersedia, pengunjung dipersilahkan menunggu di tempat yang sudah disediakan. Selain itu, pramusaji yang bertugas sangat handal dalam melayani para

pengunjung dikarenakan meng- hafal setiap harga menu yang dipesan serta komunikasi yang baik dengan pengunjung.

Analisis Faktor Lingkungan Eksternal

a. Wisatawan

Mengenai Wisatawan yang berkunjung ke *House Of Raminten* ini memang banyak yang berasal dari luar Kota Yogyakarta dan ada juga wisatawan mancanegara yang datang ke tempat ini. Banyak dari mereka tertarik mengunjungi *House Of Raminten* ini karena memang memiliki suasana khas budaya Jawa serta menyajikan beberapa menu makanan dan minuman khas Jawa.

b. Promosi

Dalam melakukan promosinya, *House Of Raminten* memanfaatkan pengalaman pengunjung saat datang ke tempat ini yang kemudian dapat disebarkan informasinya ke banyak orang atau menggunakan *mouth to mouth*. Selain itu promosi juga dilakukan melalui sosial media seperti *Instagram* dengan akun resmi *@houseoframinten*.

c. Target Pasar

Pada awal bukanya *House Of Raminten* ini memiliki target pasar kalangan mahasiswa yang sering menggunakan waktu luang mereka untuk berkumpul dengan temannya serta konsep awal dari restoran ini

adalah sebuah *angkringan* atau tongkrongan. Seiring dengan berkembangnya *House Of Raminten* yang memang dikelola dengan baik ini target pasar semakin meluas yaitu mencakup semua kalangan usia. Dengan daya tarik yang dimiliki mulai dari penggunaan budaya khas Jawa serta makanan dan minuman yang disajikan agar mampu memberikan pengalaman berbeda serta unik bagi wisatawan yang datang.

d. Protokol Kesehatan

Dikarenakan pandemi covid-19 masih ada maka tetap perlu adanya protokol kesehatan yang ketat, disini penerapan protokol kesehatan yang dilakukan sudah baik.

e. Pesaing

House Of Raminten merupakan restoran yang terletak di pusat kota, sehingga pasti mempunyai beberapa pesaing yang bisa menjadi ancaman yaitu adanya cafe serta restoran cepat saji yang bisa menjadi alternatif pengunjung apabila di *House Of Raminten* ini mengantri cukup lama.

Tabel 1. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">Internal</p>	<p style="text-align: center;">Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedianya aksesibilitas jalan berbagai transportasi untuk menuju ke House Of Raminten. 2. Lokasi House Of Raminten yang terletak di pusat kota menjadikan sebagai destinasi wisata yang strategis untuk dikunjungi wisatawan. 3. Ketersediaan fasilitas penunjang yang lengkap di House Of Raminten untuk membantu pengunjung saat melakukan kegiatan wisatanya. 4. Pelayanan yang dilakukan oleh para pramusaji kepada tamu sangat cepat, teliti dan detail. 5. Sumber daya manusia yang tersedia mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi House Of Raminten. 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya penjagaan yang ketat dari pihak keamanan House Of Raminten. 2. Jauhnya akses lahan parkir menuju ke restoran House Of Raminten.
<p style="text-align: center;">Eksternal</p> <p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang dilakukan oleh House Of Raminten lewat sosial media dan penjagaan kualitas layanan untuk membuat tamu agar dapat berkunjung kembali 2. Pemilihan target pasar serta penyediaan 	<p style="text-align: center;">S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas pelayanan untuk tamu yang berkunjung ke House Of Raminten 2. Menambah halaman <i>website</i> resmi di internet untuk memberi informasi lebih yang dibutuhkan seperti penyediaan 	<p style="text-align: center;">W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengingat dengan ramainya tingkat kunjungan wisatawan ke House Of Raminten, perlu adanya ketersediaan lahan parkir

<p>layanan yang baik untuk para pengunjung</p>	<p>layanan reservasi <i>online</i></p>	<p>pribadi dari pihak restoran agar memudahkan pengunjung dalam mencari parkir bagi kendaraan pribadi. 2. Adanya penambahan pihak keamanan yang berjaga serta berpatroli untuk pengendalian keadaan lingkungan sekitar untuk menjaga keadaan tetap kondusif</p>
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ramainya pengunjung yang datang ke House Of Raminten membuat restoran ini selalu penuh dan membuat pengunjung lama untuk mengantri 2. Pengaruh <i>word of mouth</i> dari pengunjung setelah melakukan kunjungan ke House Of Raminten 3. Adanya pesaing di daerah sekitar House Of Raminten untuk mengalihkan 	<p>S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan layanan kritik dan saran bagi wisatawan untuk meningkatkan pelayanan 2. Meningkatkan pelayanan tamu yang mengantri dengan memberikan fasilitas menunggu yang lebih luas 	<p>W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya tempur ter sendiri bagi kandang kuda yang ada di halaman belakang untuk menjaga restoran tetap bersih serta menghindari bau yang kurang sedap saat pengunjung

kunjungan wisatawan apabila terjadi lonjakan pengunjung.		pergi ke daerah toilet.
--	--	-------------------------

(Sumber: Hasil Data Diolah, 2022)

KESIMPULAN

Dari hasil rumusan strategi di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa *House Of Raminten* ini memang harus dikelola dengan tetap mempertahankan penerapan budaya Khas Jawanya seperti penggunaan baju adat untuk para pegawainya serta suasana Khas Jawa yang cukup kental untuk bisa menarik minat wisatawan berwisata kuliner ke *House Of Raminten* yang disebut sebagai salah satu wisata kuliner cerminan Budaya Jawa khususnya Budaya Yogyakarta serta menjadi salah satu perwujudan dari adanya pariwisata berkelanjutan. Selanjutnya penggunaan sosial media yang bisa dijadikan sebagai alat promosi *House Of Raminten* untuk menarik wisatawan khususnya bagi mereka yang mencari referensi wisata kuliner dengan nuansa Budaya Khas Jawa serta *mouth to mouth* sebagai salah satu media promosi yang cukup jitu untuk menarik wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagunda, N., Tulusan, F., & Laloma, A. (2019). Manajemen Pengelolaan Pariwisata Di Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Administrasi Publik*, 5(84), 83-89.
- Hernaeny, U. Populasi dan Sampel. Dalam Haryanti, S. (Ed.) *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- House Of Raminten*. (2020). Diakses pada 22 Maret 2022, dari <https://arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id/avemaria/index.php?huruf=H>.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546.
- Muksin, I. (2016). *Modul Daya Tarik Wisata*. Diakses pada 29 Maret 2022 dari https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/328bb3339a0c0a67cfcaf025e9e8856b.pdf.
- Nurwitasari, A. (2015). Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Kota Bandung. *Jurnal Barista*, 2(1).
- Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. (2019). *SATRIYA*. Diakses pada 21 Maret 2022 dari <https://www.jogjaprovo.go.id/profil/7-satriya-sebagai-budaya-pemerintahan-di-diy>.
- Rahman, S. (2021). *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulawesi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.

- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Setiawan, H., Hamid, A., Ummasyroh, U., & Bustan, J. (2020). Model daya tarik kuliner lokal sebagai pendorong daya tarik wisata kuliner. *INOVASI*, 16(1), 120-126.
- Sugiono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), 19-32.