

**PERENCANAAN JALUR INTERPRETASI WISATA KULINER  
BAKSO KHAS KOTA MALANG BERBASIS APLIKASI ANDROID**

**Alexandria M. Jofin<sup>(1)</sup>, Mutiara Putri Moligay<sup>(2)</sup>, Natalia Bani<sup>(3)</sup>, Debora Budiyo<sup>(4)\*</sup>**  
Fakultas Pertanian<sup>(1,3,4)</sup>, Fakultas Ekonomi<sup>(2)</sup>, <sup>(1,2,3,4)</sup>Universitas Tribhuwana Tunggaladewi  
Korespondensi: [debora.budiyo@unitri.ac.id](mailto:debora.budiyo@unitri.ac.id)

---

**Abstract**

*Article history:*

Received 11 October 2023  
Accepted 28 December 2023  
Published 31 December 2023

---

Malang City is an area that has a lot of culinary potential. One of the culinary potentials is meatballs which are the prima donna of typical culinary dishes when visiting Malang City which can support the tourism sector. The problem is the limited information on the existence of original, delicious, healthy, and safe or halal meatball sales locations for tourism visitors. Therefore, meatball culinary does not have a location description that makes it easier for tourists to find a typical meatball culinary tourist location in Malang City. The research objectives are (1) Identifying and analyzing the potential of culinary meatball tourism typical of Malang City and (2) Developing an interpretation path plan for culinary meatball tourism typical of Malang City based on android applications. The research method used is descriptive quantitative. Based on the results of the perception and preference analysis conducted, it shows that there are 10 locations of typical meatballs in Malang City that have the potential to be developed as culinary tourism in Malang City, namely Bakso Kota Cak Man is the most preferred meatball by connoisseurs of typical meatballs in Malang City, followed by Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, and Bakso Gong.

*Keywords: Interpretation Route Planning, Meatball Tourism, Malang City, Android.*

**Pendahuluan**

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Kota Surabaya dan dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Malang dijuluki sebagai kota pendidikan, kota apel, dan wisata kuliner. Salah satu potensi kuliner yang merupakan khas Kota Malang adalah kuliner

bakso yang menjadi primadona sajian kuliner khas jika berkunjung di Kota Malang. Kuliner bakso merupakan makanan daging sapi yang dicampur dengan terigu yang dimasak dengan proses tertentu untuk dikonsumsi. Bakso sangat populer dan digemari semua kalangan dengan harga yang bervariasi dan terjangkau oleh konsumen

sehingga memiliki potensi wisata kuliner yang dapat dikembangkan sebagai sektor unggulan untuk menyokong bidang pariwisata.

Wisata kuliner menjadi salah satu dayatarik bagi wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan dengan tujuan untuk menikmati berbagai jenis makanan khas tempat yang dituju. Saat ini usaha kuliner sangat berkembang di Indonesia akibat terjadinya perubahan budaya dalam masyarakat yang sering dan terbiasa untuk makan di luar rumah (Nugraheni dan Wijoyo, 2021). Kontribusi sektor kuliner untuk Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sangatlah besar yaitu 41,69 % dari (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Hal ini dapat dirasakan fenomena wisata kuliner bakso di Kota Malang yang juga semakin meningkat sehingga pemerintah optimis sebagai salah satu *trademark* yang diandalkan dan dikembangkan.

Kuliner bakso yang menjamur di Kota Malang sangat berpotensi namun permasalahan yaitu keterbatasan informasi keberadaan lokasi penjualan bakso yang original, enak, sehat, dan aman atau halal bagi pengunjung wisata. Oleh karena itu kuliner bakso tidak memiliki gambaran lokasi yang mempermudah wisatawan untuk menemukan lokasi wisata kuliner bakso khas Kota Malang. Seperti yang diketahui bahwa daya pikat khusus yang dimiliki oleh kuliner bakso dapat berpengaruh terhadap preferensi seseorang dalam memilih dan menentukan tempat atau lokasi wisata yang dikunjungi. Dalam rangka menunjang daya tarik wisata kuliner maka dibutuhkan sebuah jalur interpretasi kuliner bakso seperti toko, rumah makan, restoran, dan lainnya.

Keterbatasan panduan berupa jalur interpretasi dalam berwisata membuat wisatawan sulit untuk mengikuti dan memperoleh pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu adanya perencanaan jalur interpretasi wisata

kuliner bakso agar wisatawan yang berkunjung terpandu secara individu dalam mencari lokasi pusat kuliner bakso di Kota Malang serta memenuhi harapan wisatawan dalam memperoleh pengalaman, pengetahuan, dan pembelajaran tentang bakso khas Kota Malang. Menurut Pramadika et al. (2020), bahwa media interpretasi memberikan pengetahuan baru kepada pengunjung melalui media papan interpretasi, poster, pamflet, brosur, dan secara digital.

Jalur interpretasi tentu saja dibutuhkan perencanaan yang baik. Perencanaan adalah kegiatan pemecahan masalah dan proses pengambilan keputusan atau proses penjabaran pemikiran dari suatu ide ke arah suatu bentuk yang nyata (Gold, 1980). Menurut Budiyono et al. (2021) bahwa perencanaan jalur interpretasi didasari oleh tata ruang dan sirkulasi yang dapat menggambarkan perjalanan wisata sesuai dengan tema yang direncanakan. Tujuan rencana interpretasi adalah agar wisatawan mendapatkan pesan (*message*) berupa pengalaman dan pemahaman tentang perjalanan wisata. Perencanaan jalur interpretasi membutuhkan sebuah aplikasi dan salah satu aplikasi yang dapat membantu dalam sebuah jalur interpretasi yaitu aplikasi Sistem Informasi Geografi (SIG).

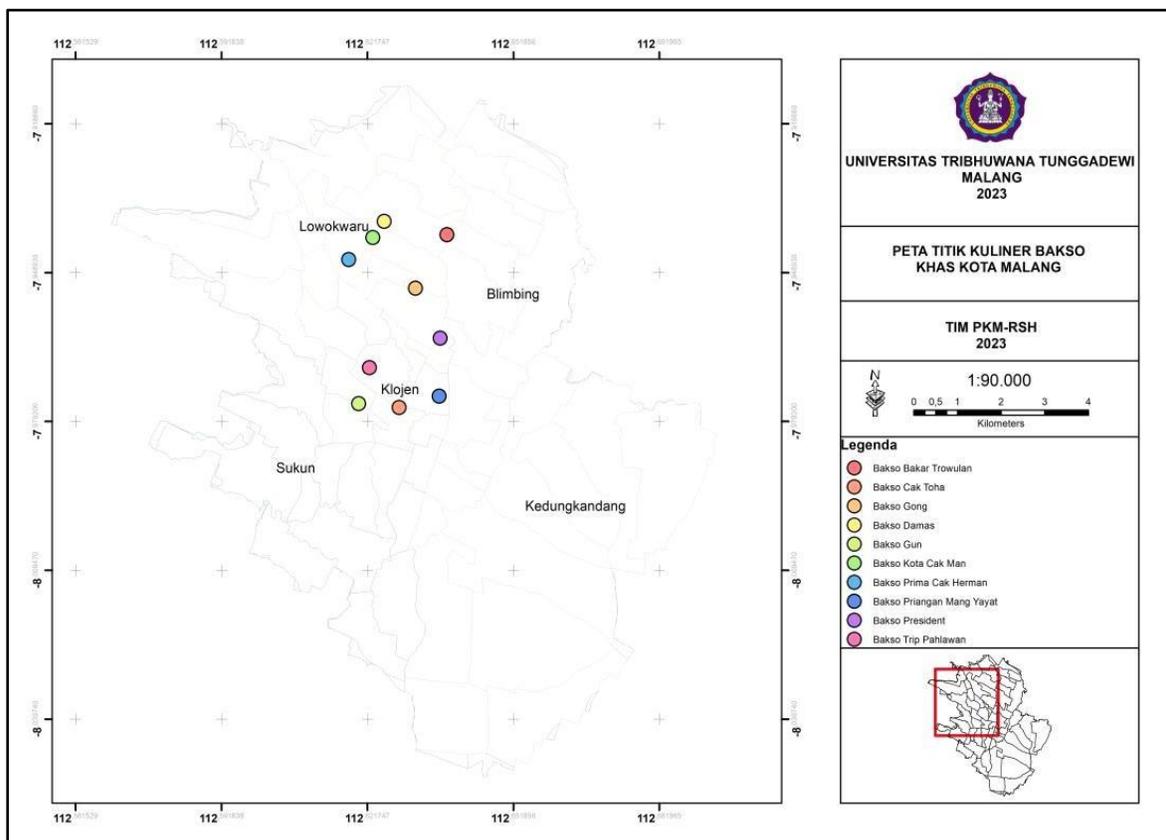
SIG merupakan suatu teknologi yang sangat mendukung pengambilan suatu keputusan dalam bidang pariwisata karena mampu untuk mengumpulkan informasi dan data serta menganalisisnya secara spasial yang kemudian menampilkannya dalam bentuk grafik atau peta yang mudah untuk dipahami oleh penggunaanya (Riwayatningsih dan Purnaweni (2017). Selanjutnya hasil dari pemetaan dengan aplikasi SIG kuliner bakso khas Kota Malang diinformasikan melalui media digital dengan sistem berbasis android yang dapat diakses melalui *smartphone* dalam aplikasi *play store* oleh semua wisatawan yang berkunjung di Kota Malang. Tujuan umum penelitian ini adalah membuat rencana jalur interpretasi wisata kuliner bakso khas Kota Malang berbasis aplikasi android.

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juli 2023 sampai Oktober 2023 di kawasan Bakso Kota Cak Man, Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, dan Bakso Gong (Gambar 1). Alat yang digunakan saat penelitian antara lain meteran, GPS, camera digital, dan laptop grafis. Sedangkan bahan yang digunakan adalah peta citra dan 10 lokasi bakso Kota Malang. Metode umum yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang menjelaskan fenomena-

fenomena yang ada menggunakan angka-angka sehingga dalam keadaan objektif (Narbuko dan Achmadi, 2016).

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan tiga tahap yaitu investarisasi data dan analisis penilaian potensi bakso khas Kota Malang sebagai wisata kuliner di Kota Malang serta perencanaan pembuatan jalur interpretasi kuliner bakso khas Kota Malang melalui aplikasi android. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder yaitu aspek sejarah, aspek sosial, dan aspek ekonomi. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis persepsi dan preferensi pengunjung bakso yang berjumlah 300 responden yaitu laki-laki sebanyak 153 orang dan perempuan sebanyak 147 orang.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

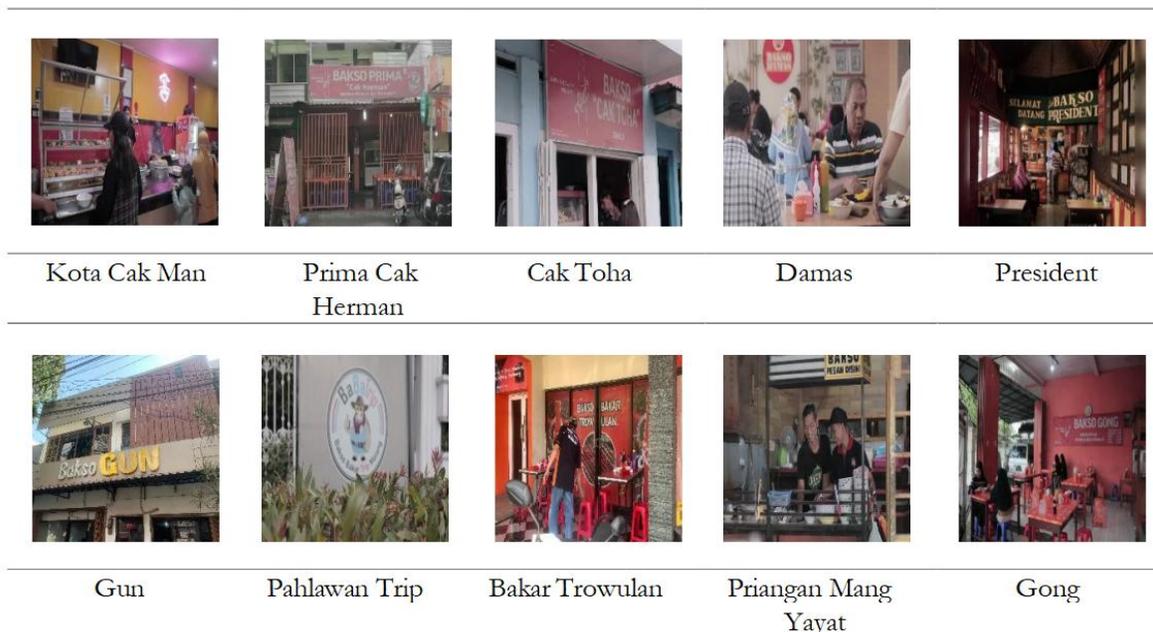
## Hasil dan Pembahasan

### Analisis Persepsi

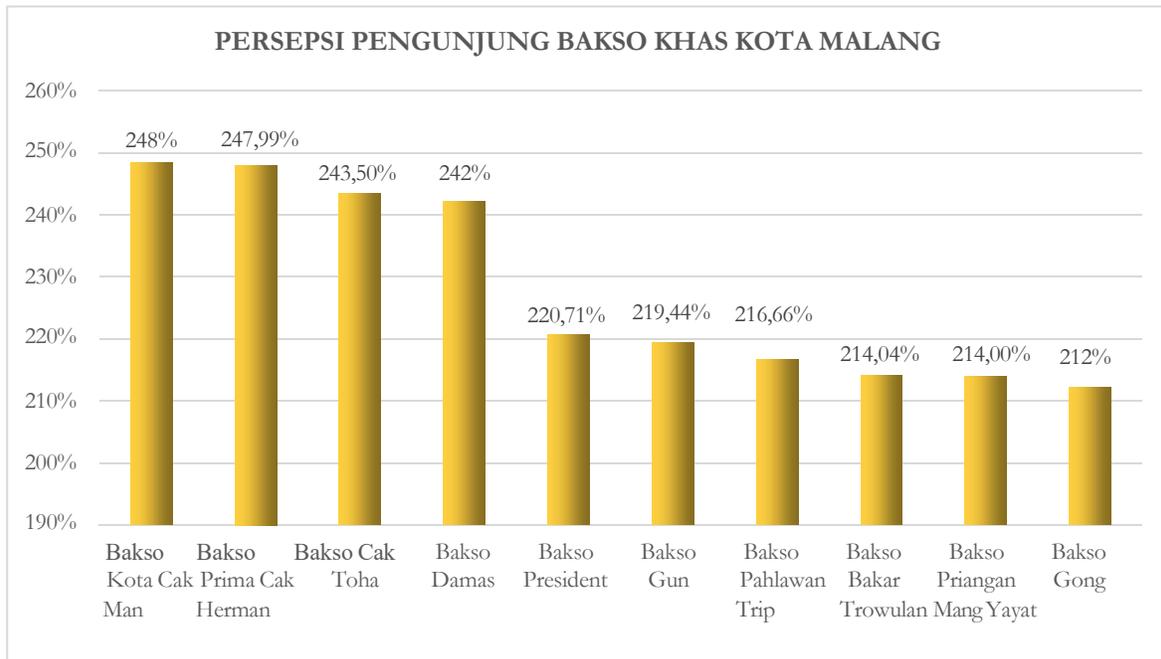
Persepsi secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*) (Rakhmat, 2011). Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak (Sumanto, 2014). Persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang

akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi.

Analisis persepsi yang dilakukan pada pada pengunjung bakso Kota Malang terdiri dari 10 lokasi bakso yaitu Bakso Kota Cak Man, Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, dan Bakso Gong (Gambar 2). Penilaian persepsi berdasarkan dengan kriteria lokasi, produk, dan harga. Berdasarkan persepsi yang dilakukan pengunjung pada 10 lokasi kuliner bakso khas Kota Malang dengan kriteria lokasi, produk dan harga menunjukkan bahwa Bakso Kota Cak Man merupakan bakso yang paling disukai oleh penikmat bakso khas Kota Malang, kemudian diikuti oleh Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, Bakso Gong (Gambar 3).



Gambar 2. Kuliner Bakso Khas Kota Malang

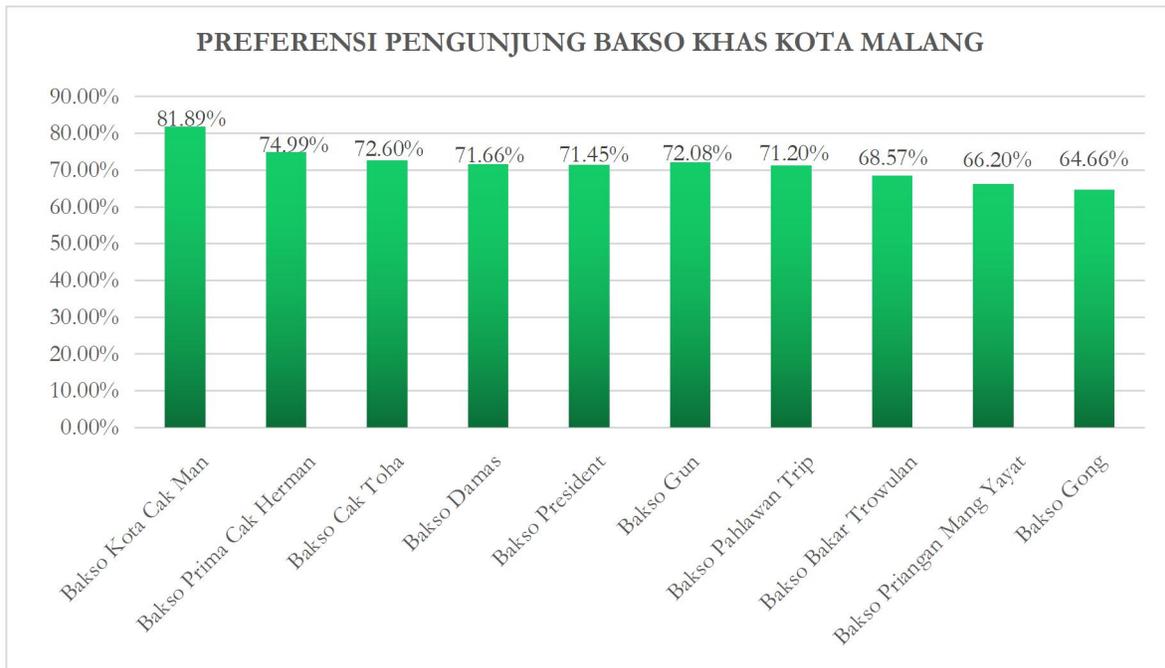


Gambar 3. Persepsi Pengunjung Bakso Khas Kota Malang

### Analisis Preferensi

Preferensi merupakan kecenderungan yang dimiliki individu untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain dalam membuat keputusan mengunjungi suatu tempat, dan selanjutnya preferensi pengunjung ini merupakan hal penting untuk diketahui bagi tempat yang didatangi (Koranti et al., 2017). Pengunjung memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam melihat sebuah daya tarik wisata (Dwiputra, 2013). Oleh karena itu, setiap pengelola daya tarik wisata perlu “mengenali” setiap orang yang datang, salah satunya dengan memahami preferensi mereka. Preferensi dari pengunjung juga membantu dalam menciptakan produk baru sesuai dengan yang diinginkan oleh pengunjung selama mengunjungi suatu tempat sehingga dapat membantu dalam pengembangan (Agustini et al., 2018).

Analisis preferensi yang dilakukan pada pengunjung bakso Kota Malang terdiri dari 10 lokasi bakso yaitu Bakso Kota Cak Man, Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, dan Bakso Gong (Gambar 2). Penilaian persepsi berdasarkan dengan kriteria rasa makanan, makanan Sesuai Standar BPOM, rasa nyaman, kesan terhadap pelayanan), dan fasilitas memadai menunjukkan bahwa Bakso Kota Cak Man merupakan bakso yang paling disukai oleh penikmat bakso khas Kota Malang, kemudian diikuti oleh Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, Bakso Gong (Gambar

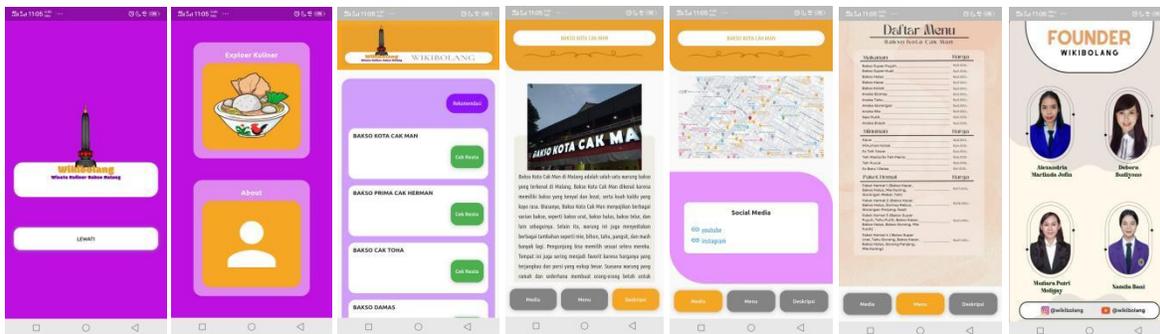


Gambar 4. Preferensi Pengunjung Bakso Khas Kota Malang

**Aplikasi Wikibolang**

Aplikasi Wisata Kuliner Bakso Malang (WIKIBOLANG) merupakan aplikasi wisata kuliner yang dirancang khusus untuk membantu pengguna menemukan dan menikmati pengalaman kuliner bakso khas di Kota Malang (Gambar 5). Tujuan utama dari

aplikasi ini adalah memberikan informasi lengkap tentang berbagai pilihan tempat kuliner bakso sehingga memudahkan pengguna untuk menjelajahi kekayaan kuliner khas Kota Malang yang ditawarkan. Berikut merupakan *link* aplikasi yang akan dipublikasikan: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dartdroid.bolang>.



Gambar 5. Fitur Aplikasi Wikibolang

## Kesimpulan

Analisis persepsi dan preferensi pengunjung pada 10 lokasi kuliner bakso khas Kota Malang dengan kriteria penilain persepsi terdiri dari lokasi, produk, dan harga. Penilaian terhadap preferensi terdiri dari rasa makanan, makanan sesuai standar BPOM, rasa nyaman, kesan terhadap pelayanan, fasilitas memadai, menunjukkan bahwa Bakso Kota Cak Man merupakan bakso yang paling disukai oleh penikmat bakso khas Kota Malang, kemudian diikuti oleh Bakso Prima Cak Herman, Bakso Cak Toha, Bakso Damas, Bakso President, Bakso Gun, Bakso Pahlawan Trip, Bakso Bakar Trowulan, Bakso Priangan Mang Yayat, dan Bakso Gong.

## Ucapan Terimakasih

Diucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan biaya untuk melakukan penelitian dan juga para responden serta mahasiswa yang telah bekerjasama sehingga kegiatan penelitian dapat terselesaikan dengan baik.

## Daftar Pustaka

- Agustini, N. W. S., Widyatmaja, I. G. N., dan Ariana, I. N. J. 2018. Preferensi Wisatawan terhadap Pemilihan Akomodasi di Kabupaten Bangli Bali. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 2(1):22-42.
- Budiyono, D., Nuraini, dan Alfiyah. 2021. Rencana Jalur Interpretasi Lanskap Pesisir Sebagai Desa Wisata Di Desa Purwodadi, Kabupaten Malang. *Jurnal Buana Sains*. 21(1):51-64.
- Dwiputra, R. 2013. Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Journal of Regional and City Planning*, 24(1): 35-48.
- Regional and City Planning, 24(1): 35-48.
- Gold, S.M. 1980. *Recreation Planning and Design*. Mc Graw-Hill Book Co.,Inc. New York.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2021. <https://pedulicovid19.kempenparekraf.go.id/menparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/>. Diakses tanggal 12 Januari 2023.
- Koranti, K., Sriyanto, S., dan Lestiyono, S. 2017. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 22(3):242-254.
- Nabuko, C dan Achmadi A. 2016. *Metodologi Penelitian*. Buana Asmara. Jakarta.
- Pramadika, N.R., Tahir, R., Rakhman, C.U., Nugraha, A., dan Adrianto, T. 2020. Perancangan Media Interpretasi Wisata Budaya Dalam Rangka Meningkatkan Motivasi Pengalaman Berkunjung Wisatawan di Daya Tarik Galeri 16-Indonesian Bamboo Society. *Journal of Tourism Scientific*. 6(1):1-10.
- Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Riwayatiningih dan Purnaweni, H. 2017. Pemanfaatan Sistem Informasi Geografi dalam Pengembangan Pariwisata Geographic Information System Utilization in Tourism Development. *Journal of Proceeding Biology Education Conference*. 14(1):154-161.
- Sumanto. 2014. *Psikologi Umum*. CAPS. Yogyakarta.

