



# Peningkatan Daya Tarik Wisata Kuliner Kota Cirebon melalui Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk (Studi Kasus: Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro)

Iva Yulia Mustafa<sup>1</sup>, Fitriatunissa Shabrina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Pariwisata Prima Internasional, Indonesia

Alamat: Jalan Perjuangan 18 Cirebon

Korespondensi penulis: [ivayulia@polteparprima.ac.id](mailto:ivayulia@polteparprima.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract.** *Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro is not just a dish, but is also a symbol of Cirebon's culinary tradition which is rich in spices and distinctive flavors. Its presence not only satisfies the taste buds, but also carries a valuable cultural heritage from generation to generation. However, behind the reputation that has been built, new challenges have emerged amidst the ever-changing dynamics of the culinary industry. This research aims to investigate the strategies and efforts that can be carried out by Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro in increasing the attractiveness of Cirebon City culinary tourism through improving the quality of its services and products. An in-depth case study at Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro will provide a deeper understanding of the challenges and opportunities faced by culinary entrepreneurs in Cirebon City. The research method used in this research is a combination method or mixed methods, this method is a combination of qualitative and quantitative methods.*

**Keywords:** *Culinary, Cirebon, Service Quality, Product Quality.*

**Abstrak.** Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro tidak hanya sekadar hidangan, tetapi juga merupakan simbol dari tradisi kuliner Cirebon yang kaya akan rempah-rempah dan citarasa yang khas. Kehadirannya tidak hanya memuaskan lidah, tetapi juga membawa warisan budaya yang berharga dari generasi ke generasi. Namun, di balik reputasi yang sudah terbangun, tantangan baru muncul di tengah dinamika industri kuliner yang terus berubah. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi dan upaya yang dapat dilakukan oleh Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner Kota Cirebon melalui peningkatan kualitas pelayanan dan produknya. Studi kasus mendalam pada Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner di Kota Cirebon. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kombinasi atau *mixed methods*, metode ini merupakan penggabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif.

**Kata kunci:** Kuliner, Cirebon, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk.

## 1. LATAR BELAKANG

Potensi Wisata kuliner Cirebon sangat tinggi. Kuliner Cirebon menjadi tujuan utama Wisatawan untuk berkunjung ke Kota Cirebon. Dan munculnya beberapa kuliner yang baru dengan memodifikasi jenis kuliner yang sudah ada menjadikan Kuliner Khas Cirebon semakin bervariasi dan diharapkan menambah kemenarikan kunjungan Wisatawan. (Mustafa & Khalim, 2023).

Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro tidak hanya sekadar hidangan, tetapi juga merupakan simbol dari tradisi kuliner Cirebon yang kaya akan rempah-rempah dan citarasa yang khas. Kehadirannya tidak hanya memuaskan lidah, tetapi juga membawa warisan

budaya yang berharga dari generasi ke generasi. Namun, di balik reputasi yang sudah terbangun, tantangan baru muncul di tengah dinamika industri kuliner yang terus berubah.

Tingkat jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Barat di tahun 2018 sampai 2021 mengalami peningkatan dan penurunan, hal ini dikarenakan adanya pandemic Covid-19 sejak tahun 2020. (Mustafa & Warliati, 2024) Dan dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha kuliner seperti Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro dihadapkan pada tuntutan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan serta produknya. Pengalaman wisatawan tidak lagi hanya sebatas mencicipi hidangan, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain seperti kenyamanan, kebersihan, dan pelayanan yang ramah.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi dan upaya yang dapat dilakukan oleh Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner Kota Cirebon melalui peningkatan kualitas pelayanan dan produknya. Studi kasus mendalam pada Empal Gentong Bu Dharma Jalan Diponogoro akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner di Kota Cirebon. Penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi praktis bagi pemangku kepentingan industri kuliner dan pariwisata, tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan potensi pariwisata Kota Cirebon secara keseluruhan.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (Mukarom & Wijaya Laksana, 2015) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Reliability yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. Tangibles yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. Responsiveness ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. Assurance yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Harjadi (Harjadi, 2021) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
2. Wujud luar Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

3. Biaya produk bersangkuta Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Menurut Riyono & Budiharja (Riyono & Budiharja, 2016) Dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived Quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kombinasi atau *mixed methods*, metode ini merupakan penggabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Menurut Creswell (2009) dalam (Sugiyono, 2016:19) “*is an approach to inquiry that combines or associated both qualitative quantitative form of research. It involves philosophical assumption the use of quantitative and qualitative approaches, and the mixing of both approached in a study*”. Metode penelitian kombinasi merupakan pendekatan dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. Hal itu mencakup landasan filosofis, penggunaan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dan mengombinasikan kedua pendekatan dalam penelitian”.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Analisis Kualitas Pelayanan**

1. Reliability

Pelayanan di Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro pada saat ini masih menggunakan pelayanan yang biasa tanpa memiliki kemewahan atau keistimewaan, hal ini karena Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro masih terkesan seperti “Warung makan” bukan restaurant mewah ataupun Café.

2. Tangibles

Ketersediaan makanan di Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro tentu saja dengan ciri khas beberapa peralatan yang tersedia menjadi ciri khas sebagaimana Empal gentong, seperti Gentong tempat masak empal, kayu bakar, lontong, dan kerupuk yang pastinya menjadi pendamping utama dari Empal gentong. Makanan, aroma, dan atmosfer harus tercipta sebagaimana ciri khas warung Empal Gentong.

3. Responsiveness

Pelayanan disajikan secara tepat dan cepat karena termasuk penyajian yang simple atau basic sehingga tidak memerlukan banyak alur dalam penyajiannya.

4. Assurance

Ciri khas dari Empal gentong tersebut pastinya tidak akan dapat tercipta tanpa ciri khas dari atmosfer dan cara memasaknya.

5. Empati

Pada saat ini Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro masih mempertahankan citarasa, namun dari segi fasilitas untuk mendukung pelayanan tersebut fasilitas masih dilakukan pembenahan dan perkembangan.

##### **Analisis Kualitas Produk**

1. Kinerja (*Performance*)

Rasa dari Empal gentong yang disajikan saat ini masih sesuai dengan citarasa khas legend yang tidak berubah dari tahun ke tahun, resep tradisi masih selalu diutamakan dan tidak merubah ciri khas yang disajikan. Mulai dari pemilihan bahan baku, bumbu, sampai proses memasak selalu menjadi perhatian utama untuk menjaga ciri khas tersebut.

2. Keragaman Produk (*Features*)

Beberapa menu pendamping adalah hal yang pasti ada dalam penyajian Empal gentong seperti lontong, dan kerupuk. Menu lainnya yang menjadi pendamping Empal

Gentong adalah Empal Asem yang juga sebagai inovasi dalam menu Empal Gentong Khas Cirebon.

3. Keandalan (*Reliability*)

Empal Gentong adalah makanan tersaji yang terbuat dari beberapa bahan salah satunya adalah santan, sehingga Empal gentong adalah makanan yang tersaji langsung untuk dimakan sesegera. Pada saat ini terdapat Empal gentong instan yang dibuat sebagai oleh-oleh khas Cirebon, namun di Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro belum melakukan inovasi tersebut.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Kesesuaian Rasa, penampilan, bentuk, porsi selalu terjaga. Hal ini karena banyak juga pesaing baru yang menyajikan beberapa inovasi dalam penyajian empal gentong.

5. Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*)

Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro tetap menggunakan jumlah per porsi atau ukuran sekali makan untuk para pembelinya.

6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro pada saat ini masih menggunakan pelayanan yang biasa tanpa memiliki kemewahan atau keistimewaan, hal ini karena Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro masih terkesan seperti “Warung makan” bukan restaurant mewah ataupun Café.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro masih menjadi pilihan karena banyak juga promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut, media social seperti instagram tiktok, dan lain-lain.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Banyaknya pesaing menjadi tekad yang kuat untuk Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro dalam mempertahankan cita rasa khasnya, tanpa merubah resep leluhur dan penyajian yang khas.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan dinilai dari beberapa aspek, antara lain Reliability, Tangibles , Responsiveness, Assurance, dan Empati. Di Empal Gentong Bu Dharma Diponogoro masih mempertahankan ciri khas, citarasa, dan harga. Namun dari segi fasilitas untuk

mendukung pelayanan tersebut fasilitas masih dilakukan pembenahan dan perkembangan.

2. Kualitas Produk dinilai dari beberapa aspek, antara lain Kinerja (*Performance*), Keragaman Produk (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*), Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), Estetika (*Aesthetics*), Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*). Banyaknya pesaing menjadi tekad yang kuat untuk Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro dalam mempertahankan cita rasa khasnya, tanpa merubah resep leluhur dan penyajian yang khas.

### **Saran**

1. Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro masih terkesan seperti “Warung makan” bukan restaurant mewah ataupun Café. Sehingga sebaiknya ada inovasi untuk tempat agar dibuat lebih menarik.
2. Empal Gentong Bu Dharma Diponegoro harus selalu mempertahankan cita rasa dan ciri khas penyajiannya.  
Inovasi sebaiknya tetap perlu dilakukan. Misalnya dengan inovasi produk ataupun inovasi penyajian.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). Penataan produk (C3) kompetensi. Grasindo.
- Basiya, R. d. (2012). Kualitas daya tarik wisata, kepuasan dan. Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata, 11(2), Oktober.
- Baum, F. (2012). Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta: Liberty.
- Gronroos, C. (1992). Service management and marketing. Toronto: Lexington Books.
- Hamdani, L. d. (2011). Manajemen pemasaran jasa (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Harjadi, D. A. (2021). Experiential marketing & kualitas produk dalam kepuasan pelanggan generasi millennial. Cirebon: Penerbit Insania.
- Khalim, A., & Fitriyana, D. (2023). Analisa potensi wisata Kampung Arab Panjunan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kota Cirebon. Jurnal Inovasi Penelitian, 169–178.
- Mukarom, Z., & Wijaya Laksana, M. (2015). Manajemen pelayanan publik. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.

- Mustafa, I. Y., & Khalim, A. (2023). Analisis differensiasi produk kuliner lokal dalam mendukung wisata Kota Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 573–582.
- Mustafa, I., & Warliati, A. (2024). Pengaruh daya tarik wisata kuliner Kota Cirebon terhadap kunjungan wisatawan Kota Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1425–1432.
- Riyono, & Budiharja. (2016). Pengaruh kualitas, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), Juni.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, O. A. (1985). *Budaya tradisional yang nyaris punah*. Jakarta: Departemen.