

# Peran Pengambilan Keputusan Intuitif pada Pengembangan Strategi Bisnis Wisata Kuliner di Tanjungpinang

*The Role of Intuitive Decision-Making in Developing Culinary Tourism Business Strategies in Tanjungpinang*

Dewi Melinda Hutabarat<sup>1)</sup>, Pipit Irawati<sup>2)</sup>, Marnia<sup>3)</sup>

Ilmu Administrasi Negara, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received November 05, 2025

Revised 10 November 2025

Accepted 25 November 2025

Available online 06 December 2025

### Keywords:

intuisi, pengambilan keputusan, wisata kuliner, strategi bisnis, Tanjungpinang.

### Keywords:

intuition, decision-making, culinary tourism, business strategy, Tanjungpinang



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

## ABSTRACT

*The development of culinary tourism as one of the fastest-growing tourism segments requires strategic decision-making that is responsive to tourist preferences, market dynamics, and local culture. This article examines the role of intuitive decision-making in formulating and implementing business strategies for culinary tourism, with a case focus on Tanjungpinang. Using a literature review method, the article synthesizes theories and empirical findings on intuition in managerial decision-making as well as practices in culinary tourism development in Indonesia and the Riau Islands region. The results show that intuitive decisions—shaped by experience, tacit knowledge, and rapid information processing—play an important role when information is limited, time is constrained, or market conditions change quickly. However, intuition becomes effective when combined with data-based verification mechanisms and stakeholder collaboration. Practical implications for business actors and local policymakers include: (1) strengthening the experiential capabilities of culinary business managers; (2) integrating intuition with practices of monitoring visitor data and tourist feedback; and (3) developing culinary experience packages that highlight the local uniqueness of Tanjungpinang. Suggestions for future research emphasize empirical field studies on the relationship between intuition, business*

*performance, and tourist satisfaction in Tanjungpinang.*

## ABSTRAK

Pengembangan wisata kuliner sebagai salah satu segmen pariwisata yang cepat berkembang menuntut keputusan strategis yang responsif terhadap preferensi wisatawan, dinamika pasar, dan budaya lokal. Artikel ini meninjau peran pengambilan keputusan intuitif dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi bisnis wisata kuliner, dengan fokus studi pada konteks Tanjungpinang. Melalui metode review literatur, artikel merangkum teori dan temuan empiris tentang intuisi dalam pengambilan keputusan manajerial serta praktik pengembangan wisata kuliner di Indonesia dan wilayah Kepulauan Riau. Hasil kajian menunjukkan bahwa keputusan intuitif yang dibentuk oleh pengalaman, pengetahuan tacit, dan pemrosesan cepat informasi berperan penting ketika informasi terbatas, waktu terbatas, atau kondisi pasar berubah cepat; namun intuisi efektif bila dikombinasikan dengan mekanisme verifikasi berbasis data dan kolaborasi pemangku kepentingan. Implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan lokal meliputi: (1) penguatan kapabilitas pengalaman manajer pelaku usaha kuliner; (2) integrasi intuisi dengan praktik monitoring data kunjungan dan umpan balik wisatawan; serta (3) pengembangan paket pengalaman kuliner yang menonjolkan keunikan lokal Tanjungpinang. Saran penelitian lebih lanjut menekankan studi lapangan empiris mengenai hubungan intuisi, kinerja usaha, dan kepuasan wisatawan di Tanjungpinang.

## PENDAHULUAN

Wisata kuliner kini menjadi motivator utama kunjungan wisatawan di banyak destinasi karena ia menawarkan pengalaman budaya yang mendalam lewat makanan dan praktik kuliner lokal. Peran kuliner sebagai atraksi pariwisata telah diterjemahkan ke dalam strategi promosi destinasi dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner di berbagai daerah Indonesia. Dalam konteks Kota Tanjungpinang yang kaya warisan budaya melayu dan

\*Corresponding Author

Email: [dewimelindahutabarat25@gmail.com](mailto:dewimelindahutabarat25@gmail.com), [pipitirawati68@gmail.com](mailto:pipitirawati68@gmail.com), [marniania170304@gmail.com](mailto:marniania170304@gmail.com)

kuliner khas kepulauan, potensi wisata kuliner terlihat menjanjikan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan serta memberi nilai ekonomi pada komunitas lokal. Namun, merancang strategi bisnis wisata kuliner yang tepat memerlukan keputusan manajerial yang fleksibel, cepat, dan sensitif terhadap konteks lokal. Salah satu aspek psikologis/organisasional yang relevan adalah peranan pengambilan keputusan intuitif proses membuat penilaian dan keputusan berdasarkan pengalaman tersimpan dan asosiasi non-verbal yang muncul secara cepat. Literatur manajemen menyatakan bahwa intuisi sering muncul sebagai penentu keputusan dalam kondisi kompleks dan waktu terbatas, dan dapat saling melengkapi dengan pendekatan rasional dan berbasis bukti. Beberapa kajian teoretis dan empiris menyajikan definisi dan mekanisme intuisi sebagai “penilaian yang muncul secara cepat, afektif, dan holistik” yang dipengaruhi pengalaman serta pemrosesan non-sadar. Pengakuan terhadap intuisi ini penting ketika aktor lokal (pemilik usaha, pengelola destinasi, pembuat kebijakan) perlu memilih strategi pengembangan produk, segmentasi pasar, atau taktik pemasaran yang tidak selalu dapat dipecahkan hanya oleh analisis data formal (Dane & Pratt, 2007).

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan adalah studi kepustakaan (literature review) sistematis, pengumpulan, seleksi, dan sintesis sumber akademik serta laporan praktis yang membahas teori dan temuan terkait intuisi dalam pengambilan keputusan manajerial, konsep dan praktik pengembangan wisata kuliner, serta studi dan materi khusus tentang potensi kuliner dan strategi promosi di wilayah Tanjungpinang dan sekitarnya. Sumber yang disertakan meliputi artikel jurnal peer-review, laporan penelitian institusi, tesis/disertasi, dan artikel yang tersedia dalam bentuk PDF publik sehingga dapat diunduh. Analisis dilakukan secara tematik yang mengekstrak gagasan utama, bukti empiris, konteks penerapan, manfaat dan keterbatasan dari setiap studi, kemudian merangkumnya untuk mengidentifikasi implikasi praktis bagi strategi bisnis wisata kuliner di Tanjungpinang. Beberapa sumber kunci yang menjadi basis argumen dan temuan disediakan sebagai sitasi aktif pada bagian-bagian yang relevan sehingga pembaca dapat mengunduh dokumen asli untuk rujukan lebih lanjut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik dan dasar psikologis intuisi**

Kajian literatur modern mendefinisikan intuisi sebagai penilaian cepat yang muncul tanpa proses deliberatif eksplisit dan seringkali dipengaruhi oleh emosi dan pengalaman sebelumnya. Intuisi mengandalkan pengetahuan tacit atau pengetahuan yang sulit dikodifikasi tetapi diperoleh melalui pengalaman berulang, sehingga manajer yang berpengalaman dapat membuat keputusan yang akurat dalam waktu singkat berdasarkan pola yang mereka kenali. Namun intuisi juga rentan terhadap bias kognitif (mis. overconfidence, availability bias), sehingga keandalannya tergantung pada akurasi pengalaman yang mendasarinya serta mekanisme umpan balik untuk memperbaiki kesalahan (Dane & Pratt, 2007). Oleh karena itu, literatur menekankan sinergi antara intuisi dan pendekatan berbasis bukti intuisi berguna untuk menghasilkan hipotesis cepat atau pilihan awal, yang kemudian dapat diuji dengan data dan eksperimen lapangan.

### **Kondisi pengembangan wisata kuliner**

Pengembangan produk kuliner sering terjadi dalam lingkungan yang berubah-ubah, seperti tren rasa, preferensi wisatawan, dinamika harga bahan baku dan pergeseran kanal distribusi (online/offline). Dalam situasi seperti peluncuran menu baru, memilih lokasi food stall atau menyesuaikan konsep kuliner untuk event wisata, pelaku usaha sering menghadapi

keterbatasan data yang andal dan tekanan waktu (Chigozie & Kobani, 2023). Di sinilah keputusan intuitif bermanfaat, pengusaha kuliner yang lama berkecimpung di pasar lokal dapat merasakan preferensi tersembunyi konsumen atau meraba peluang kolaborasi dengan pelaku pariwisata setempat. Namun, keputusan tersebut sebaiknya dilengkapi monitoring hasil cepat (mis. survei kepuasan, analitik penjualan harian) sehingga intuisi dapat divalidasi dan dikalibrasi. Studi pengembangan kawasan wisata kuliner di beberapa studi kasus di Indonesia menunjukkan bahwa strategi yang berhasil seringkali muncul dari kombinasi praktik lokal, kreativitas pelaku usaha, dan respon cepat terhadap masukan pasar—yang secara praktis mendorong penggunaan intuisi terlatih.

### **Potensi, tantangan, dan implikasi bagi keputusan intuitif di Tanjungpinang**

Tanjungpinang memiliki keunggulan budaya Melayu, kuliner laut, dan situs-situs bersejarah seperti Pulau Penyengat yang dapat dipaketkan menjadi pengalaman wisata kuliner integratif. Literatur lokal dan laporan akademik menegaskan bahwa destinasi seperti Penyengat memiliki potensi tinggi untuk promosi kuliner sebagai daya tarik tambahan bagi wisatawan yang datang untuk sejarah dan budaya. Namun, tantangan praktis meliputi keterbatasan infrastruktur, kemampuan pemasaran UMKM, serta koordinasi antar-pemangku kepentingan (Kahfi et al., 2023). Dalam konteks ini, pelaku usaha dan pengelola destinasi sering memutuskan langkah strategis berdasarkan pengalaman lapangan. Misalnya kapan mengadakan festival kuliner, menu mana yang dilokalkan untuk turis asing, atau kolaborasi dengan penyedia homestay yang sebagian besar berbasis intuisi praktis. Namun efektivitas keputusan ini meningkat jika ada dukungan data pariwisata dasar (jumlah kunjungan, profil wisatawan) dan platform umpan balik. Penelitian-penelitian terkait promosi destinasi Pulau Penyengat dan kajian wisata kuliner Tanjungpinang memberikan bukti kasus mengenai bagaimana keputusan lokal, baik intuitif maupun rasional, berdampak pada hasil promosi dan kepuasan pengunjung.

### **Mekanisme strategi yang lebih kokoh**

Dari perspektif manajerial, beberapa langkah praktis direkomendasikan:

1. Membangun kapasitas pengalaman melalui pelatihan lapangan dan program mentoring antar-pelaku usaha sehingga basis tacit knowledge meningkat.
2. Menerapkan rapid feedback loop seperti survey singkat di titik penjualan, monitoring penjualan harian, analitik interaksi media social sebagai sarana verifikasi intuisi.
3. Menggunakan eksperimen kecil berskala (pilot testing menu/event) sebelum roll-out penuh dan
4. Mendorong kolaborasi multi-pihak (pemerintah daerah, pelaku UMKM, pelaku pariwisata) untuk menyatukan data dan perspektif sehingga keputusan intuitif diuji oleh perspektif lain (Simon, 1987).

Literatur manajemen menekankan bahwa keputusan intuitif paling andal bila pelaku memiliki domain expertise yang kuat dan ada mekanisme umpan balik yang kontinu, prinsip ini langsung dapat diaplikasikan pada pengembangan strategi bisnis kuliner di Tanjungpinang.

### **Implikasi strategis spesifik untuk usaha wisata kuliner di Tanjungpinang**

Berdasarkan sintesis literatur, langkah strategis yang menguntungkan melibatkan pengembangan paket pengalaman (mis. kuliner + tur budaya Pulau Penyengat), diferensiasi produk berbasis resep lokal, promosi digital yang menargetkan pasar domestik dan diaspora Melayu, dan pembentukan kalender kegiatan kuliner musiman. Dalam semua langkah ini, keputusan intuitif dari pelaku usaha, memilih menu unggulan, desain penyajian, waktu festival, merupakan input berharga yang perlu diuji dan diukur. Penekanan diberikan pada pembangunan kapabilitas lokal untuk mengubah intuisi menjadi inovasi terukur. Dokumentasi resep, standardisasi pelayanan, dan pengukuran dampak ekonomi mikro dari kunjungan wisata kuliner.

Studi (Setyawati, 2024) kebijakan kuliner di Indonesia mendukung kombinasi strategi bottom-up (inisiasi pelaku lokal) dan top-down (dukungan promosi dan regulasi) untuk memperkuat posisi kuliner sebagai atraksi.

Akhirnya, keterbatasan penerapan intuisi perlu diakui karena intuisi dapat gagal dalam kondisi novelty ekstrem (masalah benar-benar baru tanpa referensi pengalaman), atau ketika pengalaman yang mendasari adalah parsial atau bias. Oleh sebab itu, rekomendasi penelitian lanjutan meliputi studi empiris lapangan di Tanjungpinang untuk mengukur korelasi antara keputusan intuitif (dinyatakan sebagai kebijakan, menu atau ketetapan yang diambil tanpa data formal) dan indikator kinerja (penjualan, kepuasan wisatawan, repeat visit). Pendekatan mixed-methods (wawancara mendalam + analitik data kunjungan) disarankan untuk menggali nuansa bagaimana intuisi bekerja di level pelaku usaha kecil dan pengelola destinasi.

## SIMPULAN

Pengambilan keputusan intuitif memainkan peran penting dalam pengembangan strategi bisnis wisata kuliner di Tanjungpinang, terutama ketika menghadapi ketidakpastian, keterbatasan data, dan kebutuhan respons cepat terhadap perubahan preferensi wisatawan. Intuisi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan tacit yang berguna untuk menghasilkan ide, menilai peluang, dan menentukan taktik awal. Namun, efektivitasnya meningkat pesat bila dikombinasikan dengan praktik verifikasi berbasis data, pilot testing, dan mekanisme umpan balik yang terus-menerus. Bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan Tanjungpinang, rekomendasi praktis meliputi peningkatan pengalaman dan kapabilitas lokal, penggunaan rapid feedback untuk menguji intuisi, pengembangan paket kuliner terpadu dengan atraksi budaya setempat, serta kolaborasi antar-pemangku kepentingan. Untuk pengembangan ilmu, diperlukan penelitian lapangan yang mengukur dampak spesifik keputusan intuitif terhadap kinerja usaha kuliner dan kepuasan wisatawan di Tanjungpinang.

## REFERENSI

- Chigozie, E., & Kobani, K. B. (2023). GASTRONOMIC TOURISM ATTRIBUTES AND DESTINATION CHOICE IN PORT HARCOURT. *European Scholar Journal (ESJ)*. <https://www.scholarzest.com>
- Dane, E., & Pratt, M. G. (2007). *EXPLORING INTUITION AND ITS ROLE IN MANAGERIAL DECISION MAKING*.
- Kahfi, M., Al Fattah, M., Prahara, G. A., & Hidayatulloh, D. M. (2023). *PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA PULAU PENYENGAT DI KOTA TANJUNG PINANG PROMOTION STRATEGY DESIGNING FOR TOURISM DESTINATION AT PENYENGAT ISLAND TANJUNG PINANG CITY* (Vol. 10, Issue 2).
- Setyawati, R. (2024). Review Of Culinary Tourism Development Policy In Indonesia. *Journal Of Rural Tourism*, 1(1), 33–39. <https://doi.org/10.70310/73b9am45>
- Simon, H. A. (1987, February). *Making Management Decisions: The Role Of Intuition And Emotion*. <https://www.jstor.org/stable/4164720>