BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang berkontribusi cukup besar di suatu negara. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu mengatakan, bahwa pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu di atas pertumbuhan ekonomi Indonesia dan melebihi perkembangan pariwisata dunia (Prihtiyani, 2012). Usaha pengembangan pariwisata ini juga didukung oleh UU No. 10 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa keberadaan obyek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat.

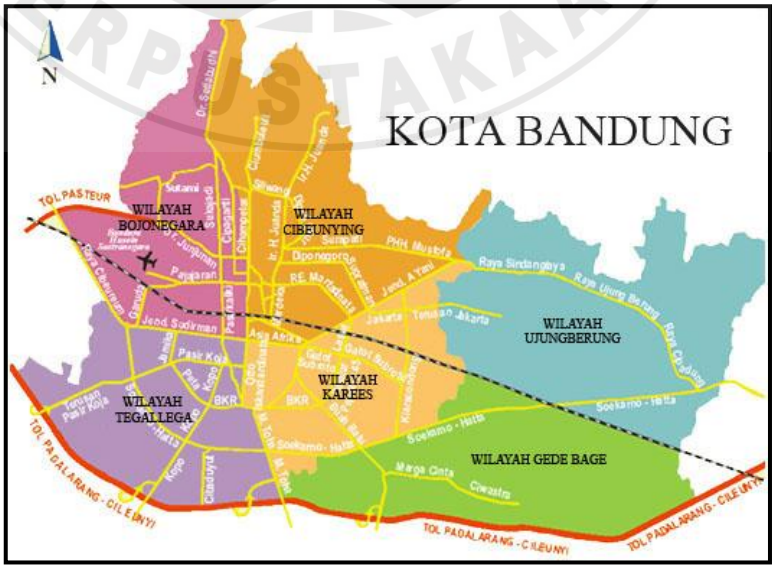
Pengembangan pariwisata juga berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan baik secara global maupun nasional. *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) mencatat telah terjadi pertumbuhan dalam bidang pariwisata tahun 2011 sebesar 4,4 % berdasarkan jumlah kedatangan wisatawan di lokasi wisata dunia. Selama tahun 2011, pertumbuhan jumlah pengunjung di kawasan Asia Selatan dan Asia Tenggara menjadi yang terbaik yakni 9-10% (Itm, 2012).

Seiring dengan pertumbuhan pariwisata ini, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 1,7 juta orang. Jumlah ini

meningkat 6,4 % dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu sebanyak 1.611.176 wisatawan mancanegara (Wulandari, 2011). Salah satu penyebabnya karena Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar, baik dari segi alam, sosial, budaya, maupun dari segi kuliner.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia, karena memiliki berbagai macam obyek wisata baik obyek wisata alam, wisata pantai, maupun wisata budayanya. Salah satu daerah tujuan wisata di provinsi Jawa Barat yang kaya akan obyek dan daya tarik wisata tersebut adalah Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan Ibukota Provinsi Jawa Barat. Secara geografis, Kota Bandung terletak diantara 107° Bujur Timur dan 6°55' Lintang Selatan. Secara administratif, wilayah Kota Bandung mencangkup enam wilayah pengembangan yaitu Wilayah Bojonegara, Wilayah Cibeunying, Wilayah Tegallega, Wilayah Karees, Wilayah Ujungberung, dan Wilayah Gedebage.



Gambar1.1
Pembagian Wilayah Kota Bandung

Setiap tahun, selalu terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Tahun 2009-2011

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Wisatawan
2009	**168.712**	**2.928.157**	**3.096.869**
2010	**180.603**	**3.205.269**	**3.385.872**
2011	**194.062**	**3.882.010**	**4.076.072**

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2012)

Berdasarkan Tabel 1.1, salah satu faktor penyebab tingginya jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara ini dikarenakan wisatawan datang ke Bandung tertarik untuk mengunjungi objek wisata kuliner. Kondisi faktual ini ditandai dengan kemacetan di jalan-jalan Kota Bandung dan ramainya tempat makan seperti restoran dan café oleh pengunjung disetiap akhir pekan.

Hal ini dipertegas dengan pendapat Kardigantara dan Goeltom (2006, p.36), yang menyatakan bahwa belakangan muncul suatu trend baru dalam dunia kepariwisataan, yaitu wisata gastronomi atau yang lebih populer dikenal di masyarakat Indonesia dengan istilah wisata kuliner.

Sebagai salah satu kota yang dijuluki sebagai kota wisata kulineer, maka banyak wisatawan nusantara maupun mancanegara yang mengunjungi kota Bandung. Namun sayangnya, produk kuliner Bandung masih kurang populer dibandingkan dengan produk kuliner daerah lain seperti Padang, Bali, dan Jogjakarta.

Kekayaan kuliner Indonesia ini potensial untuk dikembangkan dalam menarik minat wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner, salah satunya adalah kekayaan kuliner kota Bandung. Menurut Shadili (1987, p.2252) dalam Hutabarat (2010, p. 125), kata minat berasal dari bahasa Inggris yaitu *interest* yang berarti perhatian, jadi minat merupakan kecenderungan bertingkah laku yang terarah terhadap kegiatan, objek kegiatan, atau pengalaman tertentu. Adapun faktor yang menarik minat wisatawan untuk membeli jasa atau mengunjungi obyek wisata adalah lokasi, aksesibilitas, ketersediaan atraksi, nilai budaya, layanan, harga yang terjangkau, keamanan, dan *image* positif dari daerah tujuan wisata itu sendiri (Weaver & Oppermann: 2000, p.456 dalam Widjaya dan Natalia, 2010).

Kota Bandung juga memiliki beraneka macam produk wisata kuliner yang dapat dijadikan sebagai salah satu aset pariwisata, khususnya wisata kuliner. Produk wisata kuliner Bandung ini memiliki keunggulan dari segi cita rasa yang sesuai dengan selera wisatawan dan harga yang terjangkau juga realistis. Bagi wisatawan mancanegara, produk wisata kuliner yang identik dengan Kota Bandung diantaranya surabi, colenak, batagor, nasi liwet, dan semur jengkol.

Wilayah Cibeunying merupakan salah satu wilayah yang berada di wilayah administratif Kota Bandung dan memiliki objek wisata kuliner yang cukup banyak. Kawasan Dago, Cihampelas, dan Braga merupakan kawasan favorit yang sering dikunjungi wisatawan untuk berwisata, baik wisata kuliner, wisata belanja, ataupun wisata *heritage*. Wilayah Cibeunying itu sendiri berbatasan langsung dengan Kabupaten Bandung Barat di sebelah utara, wilayah

Karees di sebelah selatan, wilayah Ujung Berung di sebelah timur dan wilayah Bojonegara di sebelah barat (Ardi, 2012). Lokasinya yang strategis membuat wilayah Cibeunying mudah untuk diakses dari berbagai wilayah lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti bagaimana produk wisata kuliner unggulan Bandung yang tersebar di wilayah Cibeunying ini dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke Kota Bandung sebagai destinasi pariwisata. Oleh sebab itu, maka penulis melakukan penelitian dengan topik "**Analisis Faktor-Faktor yang Menarik Minat Wisatawan Mancanegara Terhadap Produk Wisata Kuliner Unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

a. Apakah lokasi penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
b. Apakah aksesibilitas lokasi penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
c. Apakah atraksi penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
d. Apakah nilai budaya produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?

e. Apakah layanan penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
f. Apakah harga produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
g. Apakah keamanan lokasi produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
h. Apakah *image* produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dapat menarik minat wisatawan mancanegara?
i. Sejauhmana minat wisatawan mancanegara terhadap produk wisata kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

a. Untuk mengetahui pengaruh lokasi penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
b. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas lokasi penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
c. Untuk mengetahui pengaruh atraksi penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.

d. Untuk mengetahui pengaruh nilai budaya produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
e. Untuk mengetahui pengaruh layanan penjualan produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
f. Untuk mengetahui pengaruh harga produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
g. Untuk mengetahui pengaruh keamanan lokasi produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
h. Untuk mengetahui pengaruh *image* produk kuliner unggulan Bandung di Wilayah Cibeunying dalam menarik minat wisatawan mancanegara.
i. Untuk mengetahui sejauhmana minat wisatawan mancanegara terhadap produk wisata kuliner unggulan Bandung di wilayah Cibeunying.

1. 4 Manfaat Penelitian

Selain itu diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara ilmiah maupun manfaat praktisnya:

a. Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kajian keilmuan mengenai potensi produk wisata kuliner unggulan baik yang berada di dalam/luar Kota Bandung dan juga minat wisatawan mancanegara terhadap produk wisata kuliner.

b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk mengembangkan potensi produk wisata kuliner Kota Bandung sebagai Kota Wisata Kuliner.