

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gastronomi cities di dunia di inisiasi UNWTO kriterianya sejak tahun 2004 bertujuan untuk mempromosikan kerjasama antar kota di seluruh dunia yang memiliki karakteristik kreativitas mencakup tujuh bidang kreatif yaitu kerajinan tangan & seni rakyat, design, bioskop, gastronomi, sastra, media dan music (UNWTO, 2017). Kota kreatif ini berkomitmen untuk mengembangkan dan berbagi pengalaman menjadi lebih inklusif dan berkelanjutan dalam membangun kemitraan antara sektor public dan swasta. Pertumbuhan kota-kota gastronomi tersebut dari tahun 2004 hingga saat ini berjumlah 35 gastronomy cities. Kota yang ditetapkan sebagai kota kreatif gastronomi ini perlu adanya berpartisipasi dalam seleksi yang diselenggarakan setiap tahun oleh UNSECO dengan mengajukan proposal dengan menjawab beberapa kriteria yang telah ditentukan (UNWTO, 2017).

Adapun kriteria yang ditentukan untuk menjadi gastronomy cities seperti adanya gastronomi yang berkembang menjadi ciri dari suatu wilayah/perkotaan, adanya komunitas gastronomi dari berbagai restoran/koki/tradisional, adanya bahan-bahan yang khas dalam memasak tradisional, bertahannya teknik memasak tradisional ditengah-tengah modernisasi, adanya pasar makanan tradisional, adanya tradisi atau festival yang berkaitan dengan gastronomi atau kontes penghargaan, menghargai terhadap lingkungan dan hutan berkelanjutan serta menumbuhkan apresiasi masyarakat, gizi, lembaga Pendidikan, dan program konservasi keanekaragaman hayati. Namun jika dilihat dari persyaratan gastronomy cities, Indonesia sudah memiliki hal tersebut ditambah lagi Indonesia memiliki kekayaan rempah.

Beberapa negara telah mengimplementasikan tren wisata kuliner salah satunya Turki yang menjadi wisata pilihan dalam hal wisata gastronomi yang dimana beberapa kota di Turki terkenal dengan cita rasa lokalnya (Aktürk, 2021). Selain dari itu (Cadiogan et al., 2021) memaparkan bahwasannya Kota Pampanga di Pilipina yang dikenal dengan “Ibu Kota Kuliner” yang mempertahankan nilai kuliner dan warisan. Negara-negara tersebut telah menyadari bahwasannya trend wisata kuliner mampu mendongkrak pariwisata bagi negaranya.

Perkembangan kuliner di Indonesia pada masa lalu tidak dapat dipisahkan dari sentuhan pengaruh asing, hal ini disebabkan peristiwa lampau mengenai penjajahan. Sehingga

menghasilkan keberagaman produk makanan dimulai dari teknik pengolahan makanan dan cara penyajian makanan. Akar gastronomi di Indonesia bermula dari Upaboga (Rahman, 2021). Jika melihat dari jejak-jejak arkeologi bahwasannya gambaran boga tidak terlepas pada kehidupan Jawa Kuno. Boga sendiri merupakan serapan dari kosakata yaitu *bhoga* atau *Bhogi* yang memiliki arti kenikmatan (Rahman, 2021). Hal tersebut melukiskan penyajian makanan yang dipersiapkan begitu mewah untuk para raja dan permaisurinya. Kemewahan pada jamuan makan masa Hindia Belanda merupakan simbolik cara penguasa untuk menunjukkan kebesarannya. Hidangan yang melimpah pada jamuan para Raja merupakan tradisi yang diadakan tahunan di lingkungan keraton. Pada saat itu, para bupati dari setiap daerah membawa upeti dan dalam iring-iringannya itu para bupati membawa juru masak dan makanan khas daerahnya dan dipersembahkan untuk para Raja. Itulah sebabnya hidangan dalam jamuan raja melimpah dalam jumlah dan jenisnya (Rahman, 2021).

Kolonialisme yang terjadi di Kota Bandung pada masa lampau menimbulkan dampak di masa sekarang salah satunya bagi perkembangan kuliner. Hal tersebut berkontribusi terhadap kekayaan kuliner di Kota Bandung dan mendatangkan banyak wisatawan domestik maupun mancanegara (Disbudpar, 2022). Salah satunya seperti Het Snoephuis yang sekarang dikenal dengan Sumber Hidangan yang memiliki daya tarik tersendiri mengingat dahulu tempat tersebut merupakan restoran yang didatangi oleh orang-orang Belanda yang terkenal dengan *pastry* nya. Selain dari Het Snoephuis, ada juga Braga Permai, Warung Kopi Purnama yang sampai saat ini masih bertahan.

Kota Bandung sendiri memiliki daya tarik wisata baik dari alam, budaya, buatan dan kuliner. Wisata kuliner saat ini sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi wisata unggulan di Kota Bandung. Keanekaragaman etnis serta pengaruh dari kolonialisme menghasilkan berbagai makanan khas dan tempat wisata kuliner yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke Kota Bandung. Ditambah lagi dengan masyarakat Kota Bandung yang kreatif dalam menciptakan kuliner baru dan menjadikan kuliner di Kota Bandung menjadi populer di media sosial. Hal inilah yang membuat wisatawan memiliki minat berkunjung ke Kota Bandung.

Wisatawan yang datang ke Kota Bandung seringkali ingin mengunjungi tempat-tempat kuliner yang sarat akan nilai sejarah. Hal ini menjadikan potensi Kota Bandung dalam hal tren wisata baru yang perlu adanya pengemasan yang baik. Pengemasan ini bukan hanya dari

makanannya saja akan tetapi wisatawan perlu mendapatkan informasi terkait sejarah yang terkandung sehingga menimbulkan pengalaman berwisata yang baru. Ditambah lagi dengan kreativitas masyarakat Bandung yang mampu menciptakan berbagai macam makanan menjadikan Kota Bandung sangat berpotensi dalam bidang kuliner.

Dalam mengembangkan Kota Bandung sebagai gastronomi *cities* perlu adanya peranan *stakeholder* creativepreneurship Nona Helix terdapat Sembilan unsur menurut (Turgarini, 2021) yang dimana berfokus kearah kewirausahaan berbasis pada kreativitas. Dalam mendukung suatu daerah mengembangkan wisata gastronomi diperlukan adanya campur tangan dari beberapa pemangku yang terlibat salah satunya pemandu wisata yang dimana memiliki peran dalam hal membuat kemenarikan paket wisata gastronomi. Apabila sebuah paket wisata gastronomi tanpa adanya peran dari pemandu wisata sebagai media penyampai informasi maka belum dikatakan maksimal. Penanganan yang dilakukan pemandu wisata dalam mengelola wisata gastronomi di Kota Bandung tentu harus didasari sebuah kompetensi.

Selain dari pada keterlibatan Nona Helix, modal sebuah kota dalam menjadikan kota nya sebagai tren wisata gastronomi bukan hanya sekedar memiliki potensi saja akan tetapi dalam hal pengemasannya pun harus diperhatikan. Wisatawan yang mengunjungi dengan tujuan untuk mencicipi tidak lengkap jika tidak diiringi dengan informasi terkait filosofi dan sejarah yang terkandung. Diperlukan adanya campur tangan dari seorang pemandu wisata yang memberikan informasi agar wisatawan memiliki pengalaman yang baru. Dalam sebuah perjalanan diperlukan adanya peranan pemandu wisata. Pemandu wisata bukan hanya sekedar mengatur dan memimpin perjalanan saja akan tetapi memberikan informasi terkait objek wisata yang dikunjungi dserta memberikan peranan meningkatkan pemahaman terhadap wisatawan yang dikemas dengan interpretasi sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman dan *value* dari makanan yang disajikan.

Fenomena kepemanduan di Kota Bandung saat ini dinaungi oleh Perkumpulan Himpunan Pramuwisata Indonesia (PHPI) yang dulu dikenal dengan HPI akan tetapi adanya perubahan nama menjadi PHPI terkait dengan legalitas hukum yang berlaku.Selain dari pada PHPI ada juga Indogastrotourism, Ceritabandung.id dan Bandung Good Guide yang merupakan model bisnis baru dimana pemandu wisata mengeluarkan paket wisata yang mampu menarik minat wisatawan terhadap paket wisata yang disediakan. Dimana paket yang disediakan memiliki keunikan tersendiri dengan perjalanan wisata yang bertema. Seperti yang telah di paparkan (Turgarini, 2021)

terkait dengan *creativepreneurship* yang dimana seseorang mampu menciptakan sebuah inovasi dalam produk yang memiliki konsep yang unik sesuai dengan passion nya sehingga membuka lapangan pekerjaan baru.

Kegiatan wisata kreatif di bidang gastronomi ini tidak hanya sekedar mengunjungi lokasi atraksi wisata untuk memperoleh pengalaman, akan tetapi berinteraksi aktif dalam kegiatan untuk memperoleh pengetahuan sampai pada pengembangan diri dan interaksinya dengan komunitas setempat. Fenomena di lapangan, pemandu wisata memiliki kontribusi yang besar dalam hal memandu wisata. Pada praktiknya pemandu wisata pada umumnya belum tentu tepat dalam menangani kepemanduan gastronomi, hal ini berkaitan dengan kompetensi apa saja yang harus dimiliki oleh seorang pemandu gastronomi. Seorang pemandu wisata bukan hanya memberikan informasi terkait tempat akan tetapi juga perlu adanya interpretasi dan pengetahuan akan filosofi, etika serta budaya.

Adapun (Ningsih & Nuraeni, 2019) memaparkan terdapat 9 alternatif strategi yang dimana terdapat strategi prioritas dalam menciptakan produk inovatif yang di dalamnya termasuk aspek kuliner dengan branding makanan halal, lingkungan, *event* dan berbagai *souvenir* dan aksesoris pakaian untuk menghindari kejenuhan pengunjung. Melihat perkembangan kuliner di Kota Bandung dan Kota Bandung dijuluki sebagai kota kuliner maka dalam hal ini aktivitas kuliner tidak hanya sebatas mencicipi makanan akan tetapi seperti yang dipaparkan oleh (Soeroso & Turgarini, 2020) terdapat sembilan komponen dalam gastronomi yang didalamnya terdapat kuliner dan syarat akan edukasi. Maka terdapat kecenderungan kebutuhan tuntutan kualifikasi minimal sumber daya manusia (SDM) dibidang kepemanduan gastronomi. Dalam meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia khususnya tenaga kerja bidang kepemanduan wisata maka perlu ditetapkan standar yang merupakan pernyataan keterampilan, pengetahuan dan sikap dalam rangka memenuhi persyaratan standar dunia kerja khususnya pemandu wisata gastronomi.

Beberapa penelitian sebelumnya, (Başoda et al., 2018) menghasilkan kerangka konseptual pemandu wisata gastronomi namun hasil dari penelitian (Başoda et al., 2018) ini hanya kerangka konseptual terkait dengan pemandu wisata gastronomi. Penelitian selanjutnya (Turgarini, 2021) memaparkan mengenai sembilan komponen gastronomi dan membedakan antara kuliner dan gastronomi. Selanjutnya penelitian (Hajiman & Ningsih, 2021) memaparkan rute wisata gastronomi yang sudah dilakukan di Belitung Timur terkait dengan tradisi makan *Bedulang* yang

dimana pengemasan rute paket gastronomi menggabungkan dengan beberapa objek wisata lainnya. Selain dari itu, penelitian sebelumnya (Sinthiya et al., 2021) memaparkan rute wisata gastronomi di Desa Panjalu yang dilakukan wisatawan seperti kunjungan ke lokasi pembuatan Jawadah Takir, mencicipi Jawadah Takir dan digabungkan dengan objek wisata lainnya seperti mengunjungi Museum dan menikmati alam di Desa Panjalu.

Dilihat dari keempat penelitian tersebut belum adanya penelitian terkait dengan kompetensi pemandu wisata yang menangani wisata gastronomi. Hal ini dikarenakan pemandu wisata memiliki peranan dalam hal tanggungjawab, pemberi informasi serta mendidik wisatawan yang meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap kondisi lingkungan dan sosial pada objek wisata yang dikunjungi, membawa identitas dan memiliki citra yang baik dari destinasi yang dikunjungi dan yang terakhir sebagai *local community* yang memberikan kebutuhan wisatawan (Randall & Rollins, 2009). Maka ini menjadi suatu kekosongan dalam hal penelitian dikarenakan sebuah paket dan perjalanan wisata gastronomi tidak akan sempurna apabila tidak ada campur tangan dari seorang pemandu wisata gastronomi.

Kementerian ketenagakerjaan mengeluarkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) bidang kepemanduan wisata nomor 341 tahun 2017 dan kepemanduan sesuai dengan bidangnya seperti SKKNI kepemanduan wisata bidang ekowisata nomor 61 tahun 2009, Kepemanduan wisata taman satwa nomor 111 tahun 2011, kepemanduan wisata bidang agro nomor 123 tahun 2011, kepemanduan wisata goa nomor 193 tahun 2011, dan kepemanduan geowisata nomor 89 tahun 2019. Akan tetapi jika melihat SKKNI kepemanduan yang dikeluarkan kementerian ketenagakerjaan belum adanya SKKNI mengenai kepemanduan gastronomi. Padahal jika melihat potensi gastronomi di Indonesia khususnya Kota Bandung, sangat menjanjikan dalam hal gastronomi untuk menarik minat wisatawan. Adapun menurut (Artin Bayu Mukti, Azis Nur Rosyid, 2022) dengan rata-rata pemandu wisata yang berlatar pendidikan yang berbeda-beda maka perlu upaya untuk meningkatkan kemampuan pemandu wisata khususnya pada pelayanan pariwisata karena pemandu wisata menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan terhadap wisatawan yang datang. Pembekalan dan peningkatan kemampuan yang sesuai dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) mutlak harus diberikan meliputi *Knowledge*, *skill* dan *Attitude* serta diberikan pengetahuan mengenai dasar-dasar pelayanan prima (Artin Bayu Mukti, Azis Nur Rosyid, 2022).

Adapun kompetensi umum mencakup unit-unit kompetensi yang berlaku dan dibutuhkan pada semua sub bidang keahlian kependamuan, kompetensi ini meliputi unit kompetensi yang berlaku dan dibutuhkan untuk mengerjakan tugas inti pada bidang tertentu yang dimana unit ini yang wajib dari bidang pekerjaan yang berkaitan dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan spesifik. Dan yang terakhir kompetensi khusus ini mencakup kompetensi yang memerlukan kekhususan dan memerlukan kemampuan analisis yang mendalam terkait dengan bidang keahlian. Adapun pada tiap elemen kompetensi dijabarkan kriteria unjuk kerja untuk kependamuan wisata. Namun, *World Food Travel Academy (WFTA)* mengeluarkan *Culinary Tourist Guide Certification* dengan total 8 Jam yang dimana terdapat 21 unit pembelajaran mengenai *Culinary Tourist Guide*. Namun, ini belum sepenuhnya diterapkan di Indonesia dikarenakan syarat sertifikasi kompetensi di Indonesia pemenuhan jam pelajaran sebanyak 40 jam untuk pemandu lokal, 60 jam untuk pemandu *city tour* dan 80 jam untuk pemandu *overland*. Selain dari itu, pembelajaran pun harus disesuaikan dengan kebutuhan lapangan.

Penelitian selanjutnya (Mohammed, 2022) mengenai Kompetensi professional pemandu wisata dan kualitas wisata yang dimana penelitian ini mengeksplorasi wawasan kompetensi yang diperlukan pemandu wisata serta dampaknya terhadap kualitas pariwisata di Aljazair. Dalam penelitian (Mohammed, 2022) dimana pemandu wisata harus memperkuat kualitas pelayanan kepada wisatawan. Pada kedua penelitian tersebut belum adanya yang mengidentifikasi secara spesifik mengenai standar kompetensi pemandu wisata gastronomi. Lain halnya dengan penelitian sebelumnya (Başoda et al., 2018) membuat kerangka konseptual mengenai kependamuan gastronomi yang dimana terbagi menjadi ketiga klasifikasi yaitu:

Tabel 1.1

Keahlian gastronomi

Bidang Keahlian	Spesialisasi Acara	Keahlian di mengelola tempat
Informasi yang mendalam tentang pariwisata Daerah	Informasi secara umum mengenai aktivitas gastronomi	Pengetahuan keahlian gastronomi dan memenej kegiatan secara terstruktur
Keahlian memasak dan kepekaan terhadap budaya	Manajemen waktu kegiatan gastronomi	Pengetahuan tentang situs sejarah

Pendidikan (Gastronomi dan dapur)	Mempraktikan masakan local seperti persiapan, produksi, penyajian, bagaimana cara mengkonsumsi makanan, keterampilan, dan pengalaman yang unik	Pengetahuan mengenai geografi
Pengetahuan dasar mengenai gastronomi	Kemampuan dalam kegiatan khusus untuk masakan lokal	Pengetahuan mengenai medan dan rute
Mengetahui sosial, budaya, demografis tentang lokasi yang dituju		Pengetahuan mengenai organisasi gastronomi
Mengetahui budaya masakan lokal		
Mengetahui informasi mengenai wisatawan gastronomi		
Menguasai paket wisata gastronomi		
Menguasai informasi dan kepemanduan gastronomi		

Sumber: Penelitian Basoda et al, 2018

Namun, dari uraian hasil penelitian (Başoda et al., 2018) lebih menentukan anatomi pramuwisata dalam pariwisata gastronomi serta kerangka konseptual keahlian gastronomi serta mengedepankan pemahaman keahlian gastronomi. Maka dalam hal ini diperlukan penelitian selanjutnya dalam bidang keahlian gastronomi berdasarkan dari kerangka konseptual tersebut. Hal ini dikarnakan Kualitas pemandu wisata yang memiliki standar kompetensi dalam menangani wisata gastronomi akan meninggalkan citra yang baik serta kepuasan tersendiri bagi wisatawan. Hal ini dikarnakan pemandu wisata memberikan pelayanan dan informasi yang akurat saat melakukan perjalanan wisata gastronomi.

Fakta di lapangan, kegiatan wisata gastronomi sudah terlaksana yang dikemas oleh beberapa organisasi dan komunitas kepemanduan yang ada di Kota Bandung seperti DPC HPI

Kota Bandung, Bandung Good Guide, dan CeritaBandung.id. Adapun paket wisata yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Paket *Tour* gastronomi di Kota Bandung

Nama Paket Wisata	Penyelenggara	Jumlah Peserta	Keterangan
Gastronomi Heritage Walking Tour “Hidden Karees – Cikudapateuh – Cihapit”	DPC HPI Kota Bandung X Indogastrotourism	34 Orang	Walking Tour dan terdapat 2 Orang wisatawan mancanegara dari Italy dan Jerman
Romantisme Peranakan Tionghoa di Kota Bandung “Chineessenwijk”	DPC HPI Kota Bandung	26 Orang	Walking Tour
Kopi Parahyangan	Bandung Good Guide	9 Orang	Walking Tour
Kuliner Parahyangan	Bandung Good Guide	44 Orang	Virtual Tour
Tasty Walk Sampoerna House	Bandung Good Guide	12 Orang	Walking Tour
Kuliner Parahiyangan	Bandung Good Guide	4 Orang	Virtual Tour
Cirendeuh	Bandung Good Guide	7 Orang	Hiking Tour
Cirendeuh SBM ITB	Bandung Good Guide	25 Orang	Virtual Tour
Tasty Walk Cibadak	Bandung Good Guide	3 Orang	Walking Tour
Cirendeuh	Bandung Good Guide	8 Orang	Hiking Tour
Tasty Walk Dago	Bandung Good Guide	13 Orang	Walking Tour
Gedung Sate Breakfast Hunter	Bandung Good Guide	25 Orang	Walking Tour
Gedung Sate Breakfast Hunter	Bandung Good Guide	4 Orang	Cycling Tour

Nama Paket Wisata	Penyelenggara	Jumlah Peserta	Keterangan
Tasty walk Kosambi	Bandung Good Guide	14 Orang	Walking Tour
Cirendeudeu	Bandung Good Guide	30 Orang	Hiking Tour
Bandunglicious	Cerita Bandung.id	20 Orang	Walking Tour
Bandunglicious 2.0	Cerita Bandung.id	20 Orang	Walking Tour
Dagolicious	Cerita Bandung.id	20 Orang	Walking Tour

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Pada tabel di atas terlihat bahwasannya paket wisata gastronomi di Kota Bandung sudah terlaksana dengan total peserta 314 orang yang bersumber dari HPI Kota Bandung, Indogastrotourism, Cerita Bandung.id dan Bandung Good Guide. Hal ini menunjukkan adanya minat wisatawan lokal dan mancanegara terhadap gastronomi di Kota Bandung. Adanya kreativitas dari pemandu wisata di Kota Bandung mampu menciptakan paket wisata yang dimana rute nya terfokus terhadap objek wisata yang berkaitan dengan gastronomi. Namun, dengan adanya minat wisatawan terhadap gastronomi di Kota Bandung perlu adanya pemandu wisata yang memiliki keahlian khusus pada bidangnya. Adapun jumlah pemandu wisata yang menangani sebagai berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Pemandu wisata yang mengelola gastronomi
Di Kota Bandung

Nama Organisasi/Komunitas	Jumlah Pemandu Wisata	Jenis Lisensi
DPC HPI Kota Bandung	4 Orang	Overland Guide & City Tour
Bandung Good Guide	3 Orang	Overland & City Tour Guide
CeritaBandung.id	11 Orang	Tidak berlisensi
Indogastrotourism	1 Orang	Asesor

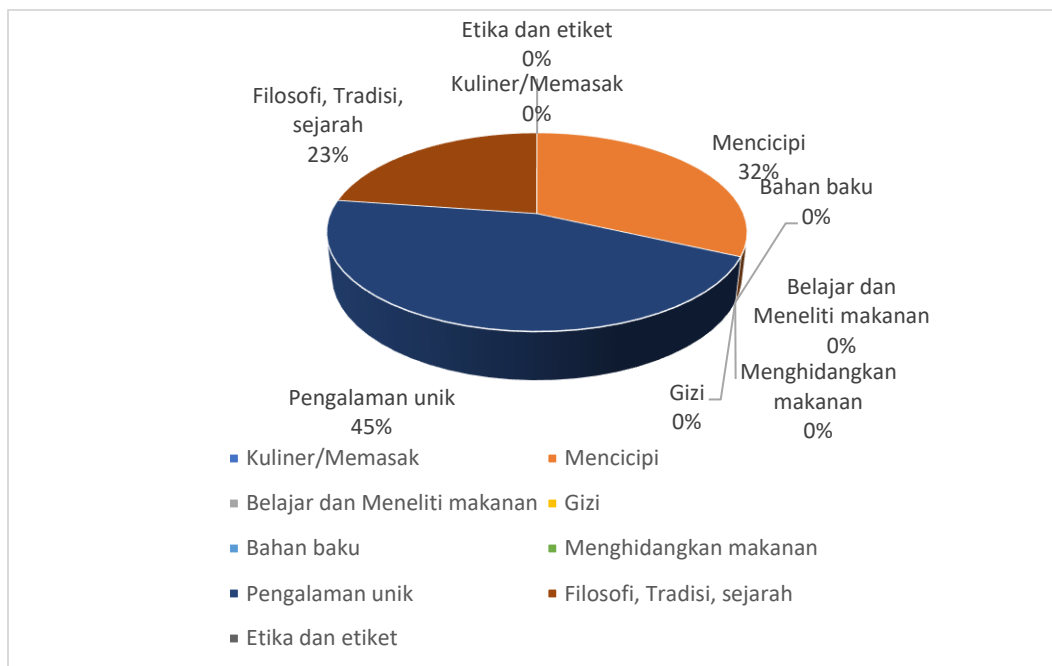
Debi Rusmiati, S,M.,M.Par., 2023

Analisis Kompetensi Pemandu Wisata Gastronomi di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.Upi.edu

Sumber: Data diolah peneliti

Pada tabel 1.2 dengan adanya total pemandu wisata sebanyak 19 orang yang menangani kepeemanduan gastronomi di Kota Bandung ini rata-rata memiliki lisensi pemandu wisata yang umum dengan *guide grade local guide*, *city tour guide* dan *overland guide* bukan lisensi pemandu wisata spesifik gastronomi. Jika dilihat dari kedua data diatas, banyaknya paket wisata gastronomi dan diminati sementara pemandu wisata yang menanganu pun tersedia, akan tetapi kompetensi pemandu wisata gastronomi belum ada. Namun pada kenyataannya sebuah perjalanan wisata dikatakan baik apabila pemandu wisata memiliki lisensi yang sesuai pada bidang yang ditangani terkait dengan kompetensi pemandu wisata yang dimiliki. Adapun dalam SKKNI kepeemanduan pada bidang khusus, kompetensi kepeemanduan wisata dibagi menjadi tiga kompetensi yaitu kompetensi umum, kompetensi inti dan kompetensi khusus. Maka dari itu tidak jauh berbeda dalam penelitian ini hasil akhirnya akan di klasifikasikan menjadi kompetensi umum, kompetensi inti dan kompetensi khusus.



Gambar 1.1

Pemberian informasi unsur gastronomi oleh pemandu wisata gastronomi

Sumber: Data olahan peneliti, 2023

Pada gambar di atas, peneliti mengambil data dengan melakukan pra penelitian penyebaran kuesioner dan mengikuti rangkaian kegiatan wisata gastronomi. Pada pra penelitian yang dimana pemandu wisata dalam melaksanakan kepemanduan gastronomi di Kota Bandung tidak menjelaskan beberapa poin gastronomi seperti kuliner/memasak, belajar dan meneliti makanan, pengetahuan gizi, bahan baku, cara menghidangkan makanan serta etika dan etiket. Dengan demikian melihat adanya kekosongan yang terjadi pada enam komponen dari sembilan komponen yang telah dijelaskan pada penelitian Soeroso & Turgarini (2020) menyimpulkan bahwa perlu adanya pemandu wisata gastronomi yang sesuai dan melengkapi pada penelitian sebelumnya.

Hal ini tentunya juga diperkuat dari penelitian lain (Keskin et al., 2020) yang menyatakan bahwasannya peranan pemandu wisata ini sangat penting dalam menyajikan produk wisata yang berkaitan dengan gastronomi kepada wisatawan dan keahlian memasak dianggap sangat penting dalam membawakan nilai-nilai gastronomi yang ada pada suatu daerah kepada wisatawan. Sementara penelitian lain (Başoda et al., 2018) kompetensi pemandu wisata gastronomi terdapat sembilan poin yang dimana memuat kompetensi pengetahuan pariwisata daerah, budaya kuliner daerah, Pendidikan gastronomi dan masakan local, informasi tentang memasak, pengetahuan tentang sosial-budaya-demografis, menguasai penanganan tentang wisatawan gastronomi, informasi mengenai paket wisata dan kemampuan mengelola gastronomi. Adapun dalam kemampuan pemandu wisata gastronomi di klasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu keahlian, spesialisasi acara, dan cara mengelola di tempat memandu (Başoda et al., 2018).

Mengamati permasalahan yang ada di lapangan, kenyataannya pelaksanaan kegiatan kepemanduan wisata gastronomi di kota Bandung belum adanya standart kompetensi yang ditetapkan berdasarkan kajian akademik dan empirik pada jenis wisata gastronomi belum ditetapkan oleh karena itu penelitian ini akan berkontribusi terhadap pengembangan kapasitas dari profesi pemandu wisata. Adanya fenomena kepemanduan yang ada di Kota Bandung dan potensi gastronomi di Kota Bandung, menjadi kemenarikan bagi peneliti untuk meneliti lebih dalam terkait standar kompetensi pemandu wisata khusus gastronomi. Hal ini dikarenakan pada beberapa negara telah mengaplikasikan trend wisata gastronomi, namun di Kota Bandung pun berpotensi dalam hal gastronomi dan perlu adanya pengemasan dari pemandu wisata. maka dari itu peneliti mengambil judul **“Analisis Kompetensi Pemandu Wisata Gastronomi di Kota Bandung”**

Debi Rusmiati, S.M.,M.Par., 2023

Analisis Kompetensi Pemandu Wisata Gastronomi di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.Upi.edu

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kompetensi pemandu wisata gastronomi berdasarkan sembilan komponen gastronomi ?
2. Bagaimana kompetensi pemandu wisata gastronomi berdasarkan keahlian gastronomi ?
3. Bagaimana kompetensi utama pemandu wisata gastronomi di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Merumuskan kompetensi pemandu wisata gastronomi berdasarkan sembilan komponen gastronomi.
2. Merumuskan kompetensi pemandu wisata gastronomi berdasarkan keahlian gastronomi
3. Merumuskan kompetensi pemandu wisata gastronomi di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, manfaat untuk akademisi dan praktisi.

1.4.1 Akademisi

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk akademisi mengembangkan keilmuan pada bidang kepemanduan gastronomi dan menjadi sumber *literature review* bagi para peneliti selanjutnya.

1.4.2 Praktisi

Penelitian ini diharapkan manfaat bagi praktisi untuk menggambarkan standar kompetensi yang harus dimiliki pemandu wisata gastronomi. Sehingga dalam hal ini pemandu wisata mempunyai pegangan khusus dalam mengelola wisata gastronomi