

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata memiliki peran penting sebagai salah satu kontributor utama penerimaan devisa di Indonesia. Industri pariwisata dipercaya dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dengan meningkatkan produktivitas dan mengurangi tingkat pengangguran. Lama tinggal wisatawan merupakan faktor penentu dalam jumlah devisa yang diterima oleh negara-negara yang mengandalkan industri pariwisata sebagai sumber devisa. Faktor ini mempengaruhi seberapa besar atau kecilnya jumlah devisa yang diperoleh (Wijaya, 2011).

Length of stay merupakan periode atau jangka waktu yang menunjukkan berapa lama seorang wisatawan tinggal di suatu tempat. Semakin lama wisatawan tinggal, semakin besar pula kontribusinya dalam hal ekonomi (Hall, 2008). Faktor durasi tinggal wisatawan menjadi salah satu faktor penentu besarnya devisa yang diterima oleh negara-negara yang mengandalkan industri pariwisata sebagai sumber devisa. Durasi tinggal ini mengacu pada jumlah hari yang dihabiskan oleh seorang wisatawan di suatu negara yang bukan tempat tinggalnya. Suatu kota akan sangat diuntungkan jika mampu menarik perhatian wisatawan untuk tinggal lebih lama, yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi kota tersebut.

Indonesia menempati posisi sebagai negara yang memiliki kekayaan maritim, menjadikannya tujuan wisata yang penting untuk dikunjungi. Selain itu, keberagaman yang ada di Indonesia, termasuk dalam hal makanan, bahasa, gaya berpakaian, adat istiadat, dan berbagai aspek lainnya, membuatnya menjadi negara yang memiliki keunikan tersendiri. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik), jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia dari tahun 2018 hingga 2020 adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Berdasar Pintu Masuk 2018-2020

Pintu Masuk	2018	2019	2020
Pintu Udara	10.008.781	9.834.706	1.713.572
Pintu Laut	3.214.430	4.160.632	1.024.601
Pintu Darat	2.507.104	2.111.616	1.314.750
Total	14.039.799	15.810.305	4.052.923

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan tabel di atas, terdapat peningkatan jumlah wisatawan yang terlihat dari tahun 2018 hingga 2019 sebanyak 1.770.506 wisatawan, atau sekitar 12,6% dari total jumlah wisatawan pada tahun 2018. Namun, tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan dalam jumlah wisatawan akibat dampak pandemi Covid-19.

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Jawa Barat 2017-2021

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
2017	4.984.035	59.644.070	64.628.105
2018	2.597.455	63.298.608	65.896.063
2019	3.645.433	64.610.832	68.256.265
2020	1.905.213	36.524.515	38.429.728
2021	220.531	47.132.138	47.352.669

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2021

Berdasarkan data yang terlihat pada tabel di atas, terdapat peningkatan yang konsisten dalam jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang mengunjungi Jawa Barat dari tahun ke tahun. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis dalam jumlah wisatawan sebagai akibat langsung dari dampak pandemi Covid-19. Namun demikian, pada tahun 2021, meskipun jumlah wisatawan mancanegara masih mengalami penurunan, jumlah wisatawan domestik kembali meningkat. Jawa Barat memiliki potensi pariwisata yang besar, dengan salah satu pilar utamanya adalah Kota Bandung. Kota Bandung menawarkan beragam destinasi wisata yang sangat menarik, termasuk wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya,

dan wisata kuliner. Aspek gastronomi menjelaskan hubungan antara budaya dan makanan, sementara pariwisata merujuk pada aktivitas perjalanan di luar tempat tinggal dengan tujuan tidak menetap. Baik gastronomi maupun pariwisata, keduanya memberikan nilai tambah melalui pengalaman yang mereka tawarkan. Meskipun keduanya memiliki produk berwujud seperti seni atau makanan, sebenarnya yang dijual adalah unsur tak berwujud yaitu pengalaman (Hjalger, 2001).

Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat, memiliki peranan penting sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi di wilayah tersebut. Selain itu, Bandung juga merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Dengan kepadatan penduduk mencapai 15.051 jiwa per kilometer persegi, Bandung menjadi kota terpadat kedua di Indonesia setelah Jakarta. Terletak sekitar 140 km di sebelah tenggara Jakarta, Bandung menjadi kota terbesar di bagian selatan pulau Jawa. Pertumbuhan perekonomian khususnya di bidang *food & beverage* sangat berkembang mengingat wisatawan yang terus berdatangan ke Kota Bandung. Salah satu wisata yang sedang berkembang di Kota Bandung yaitu gastronomi artisan. Saat ini cafe/restoran artisan di Kota Bandung terus menerus bertambah. Berikut peneliti menyajikan data cafe/restoran gastronomi artisan di Kota Bandung.

Tabel 1.3 Daftar cafe/restoran gastronomi artisan di Kota Bandung

Kategori	Nama Tempat	Lokasi
<i>Bakery</i>	Seroja Bakery	Jl. Cihapit No. 21C
<i>Bakery</i>	Roti Macan	Jl. Buah Batu No. 129
<i>Bakery</i>	Drunk Baker	Jl. Bahureksa No. 24
<i>Bakery</i>	Baker Street	Jl. Cimandiri No. 18
<i>Bakery</i>	Bawean	Jl. Bawean No. 4
<i>Bakery</i>	Mom's Artisan Bake	Jl. Progo No. 18
<i>Bakery</i>	Bodas Dessert	Jl. Talaga Bodas No. 64
<i>Bakery</i>	Java Top	Jl. Boscha III No. 72
<i>Bakery</i>	Ant Artisan	Jl. Maskumambang No. 33
<i>Bakery</i>	Kenikmatan Duniawi	Jl. Wuluku III No. 3
<i>Bakery</i>	Khas Roti Selai	Jl. Raden Patah No. 12
<i>Bakery</i>	Butter Pie	Jl. Cendana No. 17
<i>Bakery</i>	Harliman Boulangerie	Jl. Batununggal No. 164
<i>Bakery</i>	Si Apih Baked	Jl. Sariwangi Dalam No., 28
<i>Bakery</i>	Harleziz Bakery	Jl. Mekar Agung No. 40
<i>Bakery</i>	Beluga Artisan Bakehouse	Setrasari Mall

<i>Noodle</i>	Feng Noodle Bar	Jl. Aceh No. 24
<i>Noodle</i>	Mi Upami by Badami	Jl. Anggrek No. 43
<i>Noodle</i>	Mie Soobek	Jl. Sarimadu No. 28
<i>Noodle</i>	Bakmie Feng	Pasar Cihapit
<i>Chocolate & Ice Cream</i>	Norge Parlor	Jl. Banda No. 4
<i>Chocolate & Ice Cream</i>	Liodi Chocolatier	Jl. Eyckman No. 28
<i>Chocolate & Ice Cream</i>	Hello Chocorove	Jl. Pahlawan No. 59
<i>Chocolate & Ice Cream</i>	Rumah Mones	Jl. Taman Sari No. 11
<i>Coffee & Tea</i>	Teapotto	Jl. Bengawan No. 25
<i>Coffee & Tea</i>	Gajua Tea	Jl. Cigadung Selatan
<i>Coffee & Tea</i>	Mimilu	Jl. Bukit Dago No. 28
<i>Coffee & Tea</i>	Circolo	Jl. Sukajadi No. 198
<i>Coffee & Tea</i>	Mrs Goose	Jl. Cibeunying No. 45
<i>Coffee & Tea</i>	Satu Pintu	Jl. Aceh No. 56
<i>Coffee & Tea</i>	Hafa Warehouse	Jl. Gudang Selatan
<i>Coffee & Tea</i>	Plantarcana	Jl. Progo No. 5
<i>Coffee & Tea</i>	Teabumi	Jl. Padjadjaran No. 72
<i>Coffee & Tea</i>	Cupola	Jl. Braga No. 43
<i>Coffee & Tea</i>	Double Strain	Jl. Sari Endah No. 8
<i>Coffee & Tea</i>	Lighthouse Coffee	Jl. Rajawali Barat No. 194
<i>Coffee & Tea</i>	Kopi Empire	Jl. Sunda No. 18
<i>Coffee & Tea</i>	Alissha Coffee	Jl. Sariwangi Dalam No. 28
<i>Coffee & Tea</i>	Kopi Purnama	Jl. Alkateri No. 22
<i>Coffee & Tea</i>	Pipinos	Jl. Ranggamalela No. 8

Sumber: data diolah, 2023

Artisan memiliki kekayaan makanan tradisional, bahan baku lokal, keahlian dan kreativitas pengusaha makanan serta tren global dalam gastronomi. Indonesia memiliki ragam makanan tradisional yang kaya dengan cita rasa dan teknik masak yang khas. Makanan tradisional seperti nasi goreng, rendang, sate, gudeg, dan masih banyak lagi, menjadi inspirasi bagi pengusaha makanan artisan untuk mengembangkan produk yang unik dan otentik (Sri Owen, 2015)

Wisata gastronomi telah menjadi salah satu elemen mendasar dalam pemilihan tujuan wisata, dan wisata ini merupakan model baru dalam kepariwisataan yang dapat menjadi sebuah potensi aktivitas wisata yang dapat menarik wisatawan. Secara istilah, gastronomi dan pariwisata mempunyai batasan yang berbeda. Wisata gastronomi ada dalam setiap perjalanan dan aktivitas wisata dikarenakan

pengeluaran wisatawan tentu saja salah satunya untuk bermakanan makanan dan minuman (Tourism Soldier, 2019).

Penulis telah melakukan survei Pra-Penelitian yang mendapatkan jumlah responden sebanyak 30 orang yang berdomisili di Kota Bandung dan di luar Kota Bandung dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra-Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah Anda mengetahui apa itu "Gastronomi"?	43,3%	56,7%
2.	Apakah Anda mengetahui apa itu "Artisan"?	76,7%	23,3%
3.	Apakah Anda pernah mengunjungi Cafe/Restoran Artisan?	66,7%	33,3%
4.	Jika belum, apakah Anda tertarik untuk mencicipi produk Gastronomi Artisan?	100%	-
5.	Jika tersedia peta digital yang berisi informasi dan rekomendasi cafe/restoran artisan Kota Bandung, apakah Anda tertarik untuk menggunakannya?	100%	-

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan hasil Pra-Penelitian yang saya lakukan terhadap responden secara acak seperti yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa 43,3% mengetahui apa itu gastronomi dan 56,7% belum mengetahui apa itu gastronomi. Kemudian pada artisan 76,7% sudah mengetahui dan yang belum mengetahui sebanyak 23,3%. Sebanyak 66,7% telah mengunjungi cafe/restoran artisan sisanya sebanyak 33,3% belum mengunjungi cafe/restoran artisan. Namun yang belum pernah mengunjungi cafe artisan 100% responden menjawab tertarik untuk mengunjungi cafe/restoran artisan. Jika peta digital tersedia responden 100% menjawab "Ya" tertarik untuk menggunakannya.

Menurut Accenture (2020) terdapat perubahan perilaku konsumen yang perlu diketahui oleh para pelaku usaha. Sekitar 56% konsumen cenderung memprioritaskan produk lokal, 61% konsumen memilih produk yang ramah lingkungan, dan 72% konsumen berupaya mengurangi pemborosan makanan, menunjukkan kesadaran mereka dalam melakukan pembelian. Sebanyak 84% konsumen menyatakan niat untuk terus menjalani gaya hidup seperti itu dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini juga berkontribusi pada pertumbuhan usaha artisan lokal yang otentik. Pertumbuhan bisnis karena tren artisan kini semakin banyak digemari khususnya di Indonesia, berkembangnya sosial media menjadi pengaruh besar tumbuhnya tren artisan ini karena banyak orang senang mendokumentasikan makanan yang segar dan dibuat sendiri. Pengusaha bisnis artisan menganggap selisih margin menjual produk artisan lebih tinggi walaupun target pasar belum besar tetapi margin dari keuntungannya bisa lebih tinggi daripada produk biasanya. Mengacu pada kenyataan ini, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai gastronomi artisan juga ingin membuat wisatawan merasa lebih mudah untuk mencari gastronomi artisan di Kota Bandung melalui *website* peta digital.

1.2 Batasan Masalah

Guna menghindari penyimpangan tujuan dan penelitian menjadi lebih terarah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Peserta: Penelitian ini menggunakan konsep Salapan Cinyusu/Nona Helix yang melibatkan pemerintah, pemasok, pakar, pemerhati, penikmat, lembaga swadaya masyarakat, dan teknologi informasi.
2. Lokasi Geografis: Penelitian ini dilakukan hanya di cafe/restoran gastronomi artisan Kota Bandung.
3. Metodologi: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengembangan *website* menggunakan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana komponen gastronomi artisan di Kota Bandung?
2. Bagaimana daya tarik wisata gastronomi artisan di Kota Bandung?
3. Bagaimana upaya pemangku kepentingan (*stakeholder*) Nona Helix dalam pengembangan wisata gastronomi artisan di Kota Bandung?
4. Bagaimana pola sebaran lokasi wisata gastronomi artisan di Kota Bandung?
5. Bagaimana model perancangan *website* peta digital wisata gastronomi artisan di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Menjawab rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi komponen gastronomi artisan di Kota Bandung
2. Mengidentifikasi daya tarik dan menghasilkan potensi wisata gastronomi artisan Kota Bandung
3. Mengidentifikasi pemangku kepentingan (*stakeholder*) Nona Helix dalam pengembangan wisata gastronomi artisan di Kota Bandung
4. Mengetahui perancangan pola sebaran lokasi wisata gastronomi artisan di Kota Bandung
5. Menghasilkan dan mengembangkan media informasi digital wisata gastronomi artisan berbasis *website* di Kota Bandung

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat teoretis maupun praktis. Manfaat teoretis dalam hal ini dimaksud manfaat bagi pengembangan ilmu dan manfaat praktis yang dimaksud adalah manfaat untuk dilaksanakan dalam bentuk implementasi langsung.

1. Aspek teoretis, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pariwisata gastronomi artisan di Kota Bandung, penelitian

ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yang ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian yang serupa.

2. Aspek praktis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau pertimbangan untuk pihak-pihak terkait dalam membuat suatu kebijakan dan diharapkan menjadi masukan kepada *stakeholder* pariwisata yang ada di Kota Bandung.