

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sektor pariwisata adalah salah satu industri yang sangat berpotensi di dunia. Banyaknya potensi dari kekayaan alam yang melimpah, keragaman suku dan budaya pada setiap negara membuat potensi devisa yang besar bagi negara itu sendiri. Sektor pariwisata ini harus diperhatikan untuk dikembangkan sesuai dengan potensi yang ada pada setiap negaranya (Yazdi, 2019). Ada beberapa hal yang dapat mendukung upaya peningkatan potensi pariwisata seperti pengembangan potensi budaya dan sosial melalui makanan dan minuman tradisional seperti pada pengembangan wisata gastronomi. (Harsana & Triwidayati, 2020)

Hubungan antara makanan dan budaya merupakan salah satu topik kajian penting dalam bidang wisata kuliner. Minuman tradisional beserta aspek sosial dan budayanya, juga menawarkan potensi besar untuk wisata gastronomi. Minuman tradisional bisa sangat berharga dalam hal manfaat kesehatan, dan kontribusinya dalam ketahanan pangan. Manfaat lainnya adalah bagi wisata di pedesaan yang posisinya dalam kehidupan sosial dan keagamaan serta perannya dalam pelestarian dan pewarisan warisan budaya (Keskin & Güneş, 2021).

Beberapa negara di benua Asia, seperti pada negara Cina umumnya memiliki minuman tradisional yang berupa teh herbal yang sering digunakan sebagai obat alami dalam mengatasi berbagai macam penyakit. Selain itu minuman teh herbal sangat populer pada daerah Guangxi, Cina dan memiliki daya tarik wisata tersendiri, dan memberikan peran penting dalam melindungi kesehatan masyarakat disana (Long et al., 2023).

Pada sebuah studi yang dipublikasikan di *Journal of Ethnic Foods* (2022) membahas bagaimana globalisasi dan perubahan gaya hidup telah mengubah pola konsumsi minuman tradisional di beberapa negara Asia khususnya generasi muda lebih tertarik pada produk yang praktis dan inovatif, seperti bubble tea dan minuman kemasan (Lee, 2022). Studi tersebut didukung dengan survey yang dilakukan oleh Asia Consumer Insight pada tahun 2023

yang menyatakan bahwa 70% responden berusia 18-30 tahun lebih memilih minuman modern karena kemudahan dan variasi rasa yang diberikan oleh minuman modern. Selain itu menurut *McKinsey* dalam jurnalnya yang berjudul *The Future Food and Beverages in Asia* menyebutkan bahwa 70% generasi muda di Asia lebih menyukai pengalaman konsumsi yang cepat dan praktis, yang mengakibatkan penurunan minat terhadap minuman tradisional yang memerlukan proses pembuatan yang lebih rumit.

Minuman tradisional di Indonesia umumnya disebut sebagai jamu karena berbahan dasar rempah dan rasanya cukup unik di tiap jenis jamu nya. Jamu tradisional banyak sekali macamnya ada beras kencur, kunyit asam wedang jahe yang tak jarang pula diolah menjadi bandrek, bajigur, hingga sekoteng, dan masih banyak jenis jamu lainnya lagi. Selain minuman-minuman tersebut menjadi minuman tradisional khas Indonesia, minuman tradisional di Indonesia juga kaya akan khasiat yang dapat menjaga imunitas tubuh dan sangat ramah apabila dikonsumsi oleh anak dibawah umur (Lestari, 2021).

Bandrek adalah salah satu jenis minuman tradisional (jamu) yang berasal dari Jawa Barat, Indonesia, dan terbuat dari bahan-bahan alami seperti jahe, gula merah, dan rempah-rempah lainnya. Dikenal sebagai minuman hangat yang memiliki khasiat untuk menghangatkan tubuh dan meningkatkan daya tahan, bandrek merupakan bagian integral dari budaya kuliner lokal. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, bandrek menghadapi tantangan serius terkait dengan rendahnya minat masyarakat, terutama di kalangan generasi muda (Pusparani, 2021).

Salah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan minat terhadap bandrek adalah pergeseran preferensi konsumen ke minuman modern. Survei yang dilakukan oleh Nielsen pada tahun 2023 menunjukkan bahwa penjualan minuman tradisional di Indonesia menurun sekitar 20% dalam lima tahun terakhir, sementara penjualan minuman kemasan dan kopi spesial meningkat hingga 30% (Nielsen, 2023). Generasi muda cenderung lebih memilih produk yang menawarkan kemudahan dan variasi rasa, yang menjadikan bandrek, yang memerlukan proses penyajian lebih rumit, kurang menarik.

Kurangnya promosi dan edukasi tentang manfaat kesehatan bandrek juga berkontribusi pada rendahnya popularitasnya. Banyak konsumen yang tidak menyadari khasiat bandrek yang dapat membantu meningkatkan daya tahan tubuh dan memberikan efek relaksasi (Lee & Kim, 2022). Di samping itu, dengan adanya tren globalisasi yang membawa masuk berbagai minuman modern, identitas budaya yang terkandung dalam bandrek semakin terpinggirkan.

Selain itu, tingkat konsumsi minuman tradisional di Asia dan Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Survei oleh Astari dan Nugroho (2023) menunjukkan bahwa 65% generasi muda merasa terasing dari tradisi lokal, yang berkontribusi pada penurunan minat terhadap minuman tradisional. Selain itu, penelitian oleh Wahyu dan Sari (2023) mencatat bahwa 70% responden lebih tertarik pada minuman yang memiliki variasi rasa dan penyajian yang modern, sementara hanya 30% yang merasa terikat pada minuman tradisional. Aksesibilitas juga menjadi masalah; Fitria dan Prabowo (2023) menemukan bahwa 58% konsumen di perkotaan mengeluh tentang sulitnya menemukan minuman tradisional di toko-toko dan restoran lokal. Lebih lanjut, survei oleh Halimah (2022) menunjukkan bahwa 72% responden lebih memilih minuman modern karena dianggap lebih sehat, sementara hanya 28% yang mengetahui manfaat kesehatan dari minuman tradisional. Data-data ini mencerminkan tantangan yang dihadapi dalam pelestarian dan peningkatan konsumsi minuman tradisional di masyarakat.

Situasi ini memunculkan kekhawatiran mengenai pelestarian budaya lokal dan keberlanjutan industri minuman tradisional. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan minat masyarakat, seperti inovasi dalam penyajian, penggunaan media sosial untuk promosi, dan kolaborasi dengan industri pariwisata untuk mempromosikan bandrek sebagai bagian dari pengalaman kuliner Indonesia yang otentik.

Pada saat pandemi covid-19 masuk ke Indonesia justru malah memberikan dampak pada perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, yang beralih ke pola hidup sehat untuk meningkatkan imunitas tubuh dan mengurangi risiko terjangkit virus corona, seperti dengan mengonsumsi

minuman tradisional.(Jannah, 2021 dalam Defitasari et al., 2022). Menurut data penelitian yang dilakukan pada bulan Oktober 2020 menunjukkan bahwa, konsumsi jamu tradisional di Indonesia meningkat sebesar 6,7% dari setelah pandemi covid-19 datang. Akan tetapi hal tersebut masih tergolong rendah 2,1% apabila dibandingkan dengan data konsumsi suplemen penambah daya tahan tubuh (Ningsih et al., 2021).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diartikan bahwa daya tarik minuman tradisional secara tidak langsung mulai berkurang di kalangan generasi muda, khususnya generasi Z. Padahal, minuman tradisional memiliki banyak sekali manfaat yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat dan minuman tradisional di Indonesia umumnya terbuat dari bahan-bahan alami seperti rempah-rempah, dedaunan, atau bahan-bahan dari pohon, minuman ini umumnya memiliki manfaat untuk kesehatan tubuh. Salah satu contoh minuman tradisional khas Indonesia adalah bandrek. Minuman ini merupakan inovasi dari jamu tradisional bernama wedang jahe. Minuman ini terbuat dari jahe, gula merah, serai, kayumanis, bunga lawang, dan daun pandan. Kemudian diinovasikan dengan ditambahkan susu atau kental manis agar menghasilkan rasa yang lebih ramah lidah.

**Tabel 1. 1 Data Pemilihan Minuman Tradisional Bandrek di Kalangan Generasi Z**

NO.	Pertanyaan	JAWABAN	
		IYA/TERTARIK	TIDAK/TIDAK TERTARIK
1.	Apakah anda mengetahui minuman tradisional "BANDREK" ?	66,7%	33,3%
2.	Apakah anda pernah mencicipi minuman tradisional "BANDREK" ?	62,3%	37,7%
3.	Apakah anda menyukai minuman tradisional "BANDREK" ?	47,8%	52,2%
4.	Apakah anda sering membeli minuman tradisional "BANDREK" ?	23,2%	76,8%

5.	Apakah anda mengetahui beberapa merk bandrek kemasan di area Bandung Raya, seperti bandrek Hanjuang, bandrek Abah, Bandrek Sifa, Bandrek Braga, Bandrek Cap Sahabat, Bandrek Special, Bandrek Sunda, Bandrek Warung Pasch ?	42%	58%
6.	Apakah anda tertarik membeli & mengunjungi salah satu pabrik minuman tradisional "BANDREK" kemasan tersebut?	62,3%	37,7%

*Sumber : Data diolah oleh penulis (2024)*

Sebanyak 69 responden dari generasi Z diberi kuesioner melalui Google Form terkait minuman tradisional bandrek. Kuesioner ini dibagikan khusus kepada generasi Z karena mereka lahir di era di mana akses internet sudah menjadi bagian dari budaya global, memudahkan mereka dalam mengakses berbagai informasi secara online. Kondisi ini membuat generasi Z cenderung apatis terhadap hal-hal tradisional, termasuk makanan dan minuman tradisional. Generasi ini dikenal sangat sadar akan perkembangan informasi sehingga selalu mengikuti tren dan kompetisi (Purwani et al., 2020). Dengan demikian, memilih generasi Z sebagai responden dianggap tepat karena mereka mengikuti perkembangan zaman namun sering kali kurang peduli terhadap budaya dan tradisi yang seharusnya dilestarikan.

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat dilihat terdapat perbedaan yang signifikan antara pengetahuan dan pemilihan generasi z terhadap minuman tradisional. Sekitar 66,7% responden generasi Z mengetahui minuman tradisional bandrek tetapi ada sekitar 52,2% tidak menyukai minuman tradisional bandrek. Selanjutnya, ada sekitar 76,8% responden generasi Z juga memilih untuk tidak sering membeli minuman tradisional bandrek ketika berada di restoran atau tempat lainnya. Kemudian, ada sekitar 58% responden generasi Z yang tidak mengetahui minuman bandrek kemasan hasil sentra produksi bandrek di Kawasan Bandung Raya. Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa generasi Z masih banyak yang jarang membeli minuman tradisional bandrek. Sehingga banyak responden generasi Z banyak yang

belum menyadari daya tarik minuman tradisional bandrek khususnya bandrek dalam kemasan.

Berdasarkan beberapa fenomena yang dipaparkan diatas berupa rendahnya konsumsi minuman tradisional bandrek di kalangan generasi z, penulis tertarik mengkaji persepsi masyarakat khususnya generasi z mengenai **“DAYA TARIK MINUMAN BANDREK KEMASAN DI KALANGAN GENERASI Z SEBAGAI WARISAN WISATA GASTRONOMI DI KAWASAN BANDUNG RAYA”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dibawah ini tersusun berdasarkan latar belakang diatas, yaitu :

1. Apa saja temuan merk minuman bandrek kemasan yang diproduksi di kawasan Bandung Raya?
2. Bagaimana pengaruh daya tarik pada bandrek kemasan di kalangan generasi z ?
3. Bagaimana identifikasi upaya pelestarian pada wisata kuliner minuman tradisional bandrek di Kawasan Bandung Raya ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis daya tarik wisata kuliner bandrek kemasan di kawasan bandung raya
2. Menganalisis pengaruh daya tarik minuman bandrek kemasan terhadap generasi z sebagai konsumen minuman tradisional bandrek kemasan
3. Mengidentifikasi upaya pelestarian pada daya tarik wisata kuliner minuman bandrek di Kawasan Bandung Raya

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis ataupun praktis.

### **A. Manfaat Teoretis**

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menganalisis daya tarik minuman tradisional bandrek di kalangan generasi Z. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan

dapat memberikan kontribusi tambahan pada pengembangan teori dalam bidang pariwisata.

#### B. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pelaku bisnis dalam upaya mengembangkan minuman tradisional bandrek dalam bentuk kemasan. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif dalam pariwisata dan membantu UMKM yang memproduksi bandrek kemasan untuk tumbuh secara positif, dengan harapan minuman bandrek dikenal secara internasional sebagai minuman siap saji.