

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

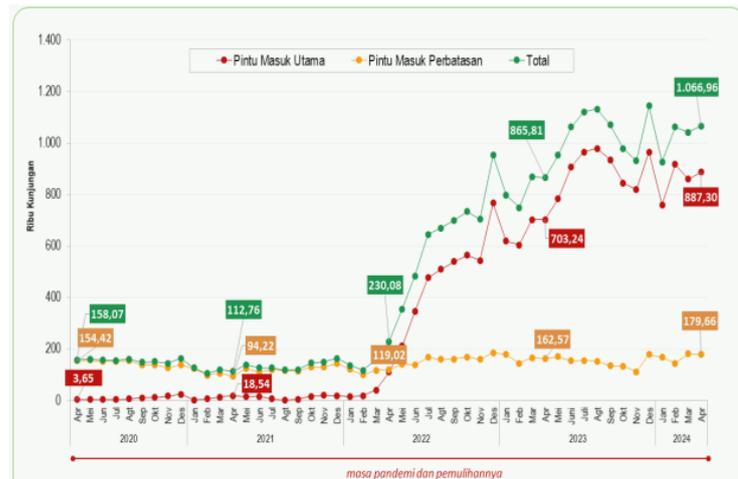
Industri pariwisata memiliki peranan penting dalam upaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Peranan sektor pariwisata dalam bidang ekonomi dapat dilihat dari dampak sektor pariwisata sendiri terhadap ekonomi yang begitu besar bagi suatu daerah. Berdasarkan data laporan dari Menparekraf (2023), terbukti bahwa sektor pariwisata di Indonesia berada pada urutan ke-32 dalam *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) pada tahun 2021 atau naik 12 peringkat dari 117 negara di seluruh dunia pada tahun 2019, dan Indonesia sedang berupaya untuk mencapai peringkat antara 29-34 di *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) pada tahun 2024. Pada tahun 2021, sektor pariwisata sendiri dianggap sebagai salah satu industri yang memberikan dampak cukup besar bagi perekonomian Indonesia dan berhasil memberikan kontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) pariwisata dari 2,4% pada tahun 2021 menjadi 3,6% pada tahun 2022, kemudian terjadi pelonjakan nilai devisa pariwisata pada tahun 2021 yang awalnya 0,52 miliar dollar AS meningkat menjadi 4,26 miliar dollar AS pada tahun 2022, kemudian meningkatnya nilai tambah ekonomi kreatif dari Rp. 1.191 triliun di 2021 menjadi Rp. 1.236 triliun. Peningkatan ini juga tercermin dalam volume kunjungan wisatawan mancanegara dan pergerakan wisatawan nusantara. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 4,58 juta kunjungan wisatawan mancanegara dan jumlah pergerakan wisatawan nusantara mencapai 633 juta pergerakan (Nada Naurah, 2024, diakses tanggal 14 November 2024).

Pariwisata menghasilkan gejala-gejala yang mendorong dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksi barang dan jasa pelayanan yang diperlukan oleh wisatawan. Belakangan ini, pertumbuhan pariwisata sebagai industri menunjukkan grafik yang sangat meningkat pasca COVID-19 bahkan mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi semakin baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan grafik perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada April 2020-April 2024 pada gambar di bawah ini.

Mifta Ainul Hakim, 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PANGAN LOKAL KHAS CIAMIS DALAM Mendukung WISATA GASTRONOMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara, April 2020-April 2024
 Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada April 2024 mencapai 1,07 juta kunjungan, jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 2,41% bila dibandingkan dengan bulan sebelumnya (m-to-m). Sementara itu, bila dibandingkan dengan April 2023, kunjungan wisatawan mancanegara masih tetap mengalami kenaikan sebesar 23,33% (y-to-y). Jumlah kunjungan saat ini berada di atas kondisi saat awal pandemi COVID-19 terjadi. Pada April 2020 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara hanya sebesar 158,07 ribu kunjungan. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia juga ditandai dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara secara kumulatif dari Januari hingga April 2024, yang mencapai 4,10 juta kunjungan, naik 24,85% dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2023. Capaian ini berada di atas capaian kunjungan dari Januari hingga April tahun 2020 (saat awal pandemi COVID-19) yang hanya mencapai 2,81 juta kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2024).

Selain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan suatu daerah, industri pariwisata juga dapat membantu untuk memperluas lapangan pekerjaan baik masyarakat setempat maupun masyarakat luar daerah. Dalam hal ini perkembangan pariwisata diharapkan dapat berperan multi ganda (*multiplier effect*), yakni manfaat ekonomi melalui perolehan devisa negara dan manfaat pada

Mifta Ainul Hakim, 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PANGAN LOKAL KHAS CIAMIS DALAM Mendukung WISATA GASTRONOMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masyarakat setempat. Adanya pariwisata secara terang-terangan menjadi kontributor pertumbuhan ekonomi serta penyediaan lapangan pekerjaan sehingga meningkatkan standar hidup masyarakat Indonesia dan menstimulasi sektor-sektor industri lainnya. Contohnya yaitu pada tahun 2010 industri pariwisata global menghasilkan sekitar US\$ 5,7 triliun dan memperkerjakan sekitar 235 juta orang secara langsung maupun tak langsung (Moli, 2011).

Pariwisata gastronomi merupakan salah satu sektor penting dalam industri pariwisata di Indonesia. Dalam gastronomi, makanan dan minuman dipandang dari berbagai aspek, termasuk bagaimana mereka mencerminkan identitas suatu daerah, mempengaruhi kesehatan, dan membawa nilai-nilai budaya. Kuliner adalah inti dari gastronomi, tetapi gastronomi menempatkan kuliner dalam konteks yang lebih luas, memperhatikan aspek estetika, sosial, dan lingkungan. Pariwisata gastronomi tidak hanya menawarkan pengalaman wisata yang unik, tetapi juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi lokal dan mempromosikan budaya kuliner Indonesia ke dunia internasional. Menurut laporan UNWTO yang kini beralih nama menjadi UN Tourism (2017) bahwa “Peningkatan jumlah pendapatan pariwisata gastronomi utamanya pada bidang kuliner lebih dari 30% dan angka ini kemudian akan cenderung tumbuh”. Ini menunjukkan bahwa gastronomi menjadi salah satu elemen yang khas dan memiliki peluang yang tinggi bagi suatu daerah tujuan wisata dan dapat dimanfaatkan untuk keperluan bisnis. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia pada tahun 2017, diketahui bahwasannya industri kuliner setiap tahunnya berkontribusi sebesar 42% dari total kontribusi perkeekonomian kreatif.

Setiap negara tentunya menawarkan pengalaman berwisata gastronomi yang unik dan tak terlupakan bagi wisatawan yang berkunjung dan ingin mengeksplorasi keanekaragaman cita rasa dan kebudayaan gastronomi di setiap negara yang dikunjunginya. Sebagai contoh yaitu fenomena wisata gastronomi di Italia, berdasarkan Italian National Institute of Statistics (ISTAT), wisata gastronomi seperti tur anggur di Tuscany dan kuliner khas Roma meningkatkan pendapatan

lokal. Wisata gastronomi menyumbang 20% dari total pendapatan pariwisata di Italia.

Wisata gastronomi merupakan wisata yang menggabungkan pengalaman kuliner dengan eksplorasi budaya, filosofi dan tradisi setempat, menawarkan daya tarik yang unik bagi wisatawan domestik dan internasional. Wisata gastronomi semakin populer sebagai motif perjalanan wisata dimana, wisatawan tidak hanya mencari destinasi wisata alam, budaya, dan sejarah, tetapi juga ingin mencoba produk pangan lokal khas daerah tersebut. Setiap negara tentunya menawarkan pengalaman kuliner yang unik dan tak terlupakan bagi para wisatawannya untuk mengeksplorasi keanekaragaman cita rasa dan kebudayaan gastronomi pada setiap negara tersebut. Potensi ini tidak hanya meningkatkan sektor pariwisata tetapi juga membuka peluang besar bagi wirausaha dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang makanan. Dari produk pangan lokal khas hingga inovasi produk pangan lokal menjadi *modern*, produk-produk ini dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, dengan berkembangnya tren pariwisata yang mencari pengalaman otentik dan unik, UMKM dapat memanfaatkan peluang ini untuk menciptakan paket wisata gastronomi yang menarik dan berkelanjutan.

UMKM memainkan peran vital dalam pembangunan nasional dengan berbagai kontribusi, termasuk penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, pengembangan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas, serta kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, UMKM telah terbukti mampu bertahan selama krisis ekonomi sejak tahun 1997 dan menjadi salah satu faktor kunci dalam pemulihan ekonomi nasional. Kemampuannya untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja menjadikannya sebagai penyelamat ekonomi bangsa (Anggraeni, 2012). Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2018 terdapat sekitar 64 juta lebih usaha sektor usaha tersebut di Indonesia dengan penyerapan tenaga kerja mencapai sedikitnya 116 juta jiwa. Indonesia dengan keanekaragaman budayanya, menyimpan potensi besar dalam sektor pariwisata gastronomi yang unik dan patut untuk dieksplorasi dan dikunjungi. Kekayaan gastronomi Indonesia menjadi bagian yang tak

terpisahkan dari budayanya, terbukti dari beragam hidangan tradisional yang ada di setiap daerah penjuru Indonesia.

Ciamis merupakan salah satu kabupaten yang terletak di bagian tenggara Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan letak geografisnya Kabupaten Ciamis berada pada posisi yang strategis karena dilalui jalan nasional lintas Provinsi Jawa Barat Provinsi Jawa Tengah dan jalan Provinsi lintas Ciamis-Cirebon-Jawa Tengah. Dengan kondisi letak geografis tersebut membuat Kabupaten Ciamis menjadi persimpangan antar lintas provinsi yang kemudian akan menarik banyak wisatawan untung berkunjung ke Kabupaten Ciamis baik yang sekedar singgah sebentar ataupun bermalam. Hal tersebut membuat Kabupaten Ciamis memiliki potensi wisata yang cukup strategis dengan fasilitas pariwisata seperti pusat perbelanjaan oleh-oleh, rumah makan, hingga tempat-tempat wisata yang tersebar di dalamnya.

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kabupaten Ciamis Tahun 2021-2024

Tahun	Wisatawan		Total
	M mancanegara	Domestik	
2021	4	701.269	701.273
2022	61	1.001.099	1.001.160
2023	542	1.176.428	1.176.970

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Ciamis, 2024

Berdasarkan tabel di atas, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kabupaten Ciamis pada tahun 2021-2023 mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari yang jumlahnya 4 orang wisatawan pada tahun 2021 menjadi 542 orang pada tahun 2023. Untuk jumlah kunjungan wisatawan domestik di Kabupaten Ciamis sendiri juga menunjukkan adanya peningkatan dari tahun 2021-2024. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa minat wisatawan untuk mengunjungi Kabupaten Ciamis sangat besar walaupun, pada saat itu tengah ramainya kasus *COVID-19*.

Tabel 1. 2 Data Proyeksi Jumlah UMKM di Kabupaten Ciamis

No.	Tahun	Jumlah
1.	2021	188.633
2.	2022	200.304
3.	2023	212.697

Sumber : Open Data Jabar, 2024

Mifta Ainul Hakim, 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PANGAN LOKAL KHAS CIAMIS DALAM Mendukung WISATA GASTRONOMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan data pada tabel di atas, walaupun pada tahun 2020 Indonesia tengah dilanda pandemi *Covid-19* akan tetapi jumlah UMKM di Kabupaten Ciamis tetap mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Ini menunjukkan UMKM dapat atau mampu bertahan ditengah pandemi *Covid-19*. Berdasarkan data pada tabel tersebut, jumlah proyeksi UMKM di Kabupaten Ciamis dari tahun 2021-2023 mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu pada tahun 2021 berjumlah 188.633 unit, tahun 2022 sebanyak 200.304 unit, dan tahun 2023 sebanyak 212.697 unit.

Kabupaten Ciamis memiliki potensi wisata dalam bidang gastronomi yang apabila dikembangkan secara maksimal dapat menjadi magnet penarik bagi para wisatawan untuk berkunjung. Menurut data dari dinas pariwisata Kabupaten Ciamis, ada beberapa produk pangan lokal khas Ciamis yang menjadi ikon khas apabila wisatawan datang mengunjungi Kabupaten Ciamis yaitu seperti galendo, kalua jeruk, jawadah takir, abon sapi, dendeng sapi, sale pisang, dan keripik pisang.

Produk pangan lokal khas Ciamis memiliki keunikan tersendiri yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, untuk mendukung potensi produk pangan lokal khas Ciamis agar dapat bertahan dan terus eksis di luar perlu dilakukan strategi pengembangan yang tepat. Strategi pengembangan tersebut bisa dimulai dari UMKM-UMKM yang menjual produk pangan lokal khas Ciamis. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis pada tahun 2022, menyebutkan bahwa UMKM yang ada di Kabupaten Ciamis mengalami beberapa hambatan diantaranya yaitu :

- 1) Hanya 30% dari pengusaha di bidang kuliner di Ciamis yang memiliki latar belakang pendidikan formal di bidang manajemen atau kuliner.
- 2) Hanya 25% dari pengusaha di bidang kuliner yang melakukan riset dan pengembangan produk secara rutin.
- 3) 65% dari tenaga kerja di sektor kuliner hanya memiliki keterampilan dasar tanpa pelatihan lanjutan.
- 4) 60% dari pengusaha di bidang kuliner di Ciamis belum memanfaatkan teknologi dalam operasional bisnis mereka, seperti sistem POS atau aplikasi pemesanan *online*.

- 5) Menu yang ditawarkan oleh banyak restoran dan warung makan di Ciamis cenderung homogen dan tidak variatif, yang menyebabkan kebosanan di kalangan pelanggan.
- 6) 45% dari pengusaha di bidang kuliner di Ciamis tidak memperhatikan keberlanjutan dalam pemilihan bahan baku, yang mengakibatkan

Tahun	Jumlah Usaha Mikro dan Kecil menurut Bentuk Badan Usaha/Badan Hukum/Perijinan (Unit)						Jumlah
	PT	CV	Firma	Koperasi	Yayasan	Tidak Berbadan Hukum/Usaha	
2020	-	34	-	-	-	28.127	28.161
2021	-	35	-	-	-	29.593	29.628
2022	8	29	-	-	-	30.417	30.454

ketergantungan pada bahan impor dan harga yang fluktuatif.

Tabel 1.3 Jumlah Usaha Mikro dan Kecil Menurut Bentuk Badan Usaha/Badan Hukum/Perijinan (Unit)

Sumber : jabar.bps.go.id

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa UMKM di Kabupaten Ciamis masih banyak yang tidak memiliki perijinan atau tidak berbadan hukum/usaha. Hal ini dapat berdampak secara signifikan bagi UMKM di Kabupaten Ciamis dalam mendukung pengembangan pariwisata. Tanpa adanya perizinan usaha, UMKM bisa jadi tidak diizinkan untuk beroperasi di pasar resmi atau mendapatkan akses ke *platform* perdagangan yang lebih besar. Hal ini dapat membatasi jangkuan pasar mereka dan menghambat pertumbuhan bisnis. Selain itu, perizinan usaha dapat dianggap sebagai tanda kepercayaan dan kualitas, tanpa adanya perizinan usaha bisa jadi konsumen merasa ragu untuk membeli produk dari UMKM yang tidak memiliki perizinan usaha yang sah.

Tabel 1.4 Hasil Pra Penelitian

No.	Pertanyaan	Tanggapan
1.	Apakah Anda pernah mengunjungi Kabupaten Ciamis	Dari 30 responden, mereka menjawab : <ul style="list-style-type: none"> • Pernah, 16,7% • Tidak pernah, 83,3%
2.	Apakah Anda mengetahui produk pangan lokal khas dari Kabupaten Ciamis?	Dari 30 responden, mereka menjawab : <ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui, 36,7% • Tidak mengetahui, 63,3%
3.	Menurut Anda, apakah produk pangan lokal khas Ciamis memiliki potensi	Dari 30 responden, mereka menjawab : <ul style="list-style-type: none"> • Berpotensi, 76,7%

Mifta Ainul Hakim, 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PANGAN LOKAL KHAS CIAMIS DALAM Mendukung WISATA GASTRONOMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dalam pengembangan wisata gastronomi?	• Tidak berpotensi, 23,33%
---------------------------------------	----------------------------

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan data hasil pra penelitian yang peneliti sudah lakukan dengan mengajukan tiga pertanyaan kepada 30 responden dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden belum pernah mengunjungi Kabupaten Ciamis dan sebagian besar pula belum mengetahui produk pangan lokal khas Kabupaten Ciamis. Berdasarkan data yang diperoleh dari 30 responden bahwa produk pangan lokal khas Ciamis memiliki potensi dalam mendukung pengembangan wisata gastronomi di Kabupaten Ciamis.

Berdasarkan konteks tersebut, strategi pengembangan UMKM produk pangan lokal khas Ciamis perlu dirancang secara matang dan terencana. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami et al. (2020) dalam jurnal "Strategi Pengembangan UMKM Kuliner di Daerah Perdesaan", dimana strategi pengembangan yang tepat dapat membantu UMKM dalam mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Pangan Lokal Khas Ciamis Dalam Mendukung Wisata Gastronomi”**. Dengan demikian, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis sebagai salah satu upaya untuk mendukung pengembangan wisata gastronomi di daerah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana potensi UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung pengembangan wisata gastronomi?
2. Bagaimana identifikasi dari produk UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis menggunakan komponen gastronomi?
3. Bagaimana kendala serta hambatan yang dihadapi oleh nona helix dalam upaya pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis?
4. Bagaimana peran nona helix dalam upaya pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung wisata gastronomi?

Mifta Ainul Hakim, 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PANGAN LOKAL KHAS CIAMIS DALAM MENDUKUNG WISATA GASTRONOMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5. Bagaimana strategi bisnis yang dapat digunakan dalam upaya pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung wisata gastronomi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis potensi dari UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung pengembangan wisata gastronomi.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis produk UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis menggunakan komponen gastronomi.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis kendala serta hambatan yang dihadapi nona helix dalam upaya mendukung pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis peran nona helix dalam upaya pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung pengembangan wisata gastronomi.
5. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam upaya mendukung wisata gastronomi.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dijelaskan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung wisata gastronomi, sekaligus memberikan masukan dan informasi sebagai bahan evaluasi serta memperoleh pengetahuan.

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi, bahan bacaan, sebagai dasar pertimbangan dan perbandingan mengenai strategi

pengembangan UMKM berbasis pangan lokal khas Ciamis dalam mendukung wisata gastronomi.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi skripsi berisi mengenai rincian urutan penulisan dari setiap bab dan bagian bab dalam skripsi, mulai dari bab I hingga bab V. berikut merupakan struktur organisasi yang ada pada penulisan skripsi penulis diantaranya :

1. BAB I : berisi uraian mengenai pendahuluan dan merupakan bagian awal dari skripsi yang terdiri dari :
 - 1) Latar belakang
 - 2) Rumusan masalah
 - 3) Tujuan penelitian
 - 4) Manfaat penelitian
 - 5) Struktur organisasi skripsi
2. BAB II : berisi uraian mengenai kajian pustaka dan hipotesis penelitian. Kajian pustaka memiliki peran penting dan berfungsi sebagai landasan teoritik dalam penyusunan pertanyaan penelitian, tujuan, serta hipotesis, yang terdiri dari :
 - 1) Pembahasan teori dan konsep serta turunannya dalam bidang yang dikaji
3. BAB III : berisi uraian penjabaran yang rinci mengenai metode penelitian yang terdiri dari :
 - 1) Desain penelitian
 - 2) Metode penelitian
 - 3) Partisipan dan tempat penelitian
 - 4) Operasionalisasi instrumen penelitian
 - 5) Jenis dan sumber data
 - 6) Populasi, sampel, dan teknik sampling
 - 7) Teknik pengumpulan data
 - 8) Teknik analisis data
4. BAB IV : berisi uraian tentang hasil penelitian dan pembahasan yang dijabarkan sesuai dengan penelitian di lapangan

5. BAB V : menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang terdiri dari simpulan dan saran.