

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia merepresentasikan perpaduan yang menakjubkan antara kekayaan alam yang melimpah, keragaman budaya yang memikat, dan daya tarik destinasi yang unik di seluruh penjuru nusantara. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.001 pulau (Badan Pusat Statistik, 2023c), Indonesia menghadirkan panorama yang luar biasa, mulai dari pantai-pantai indah yang mempesona hingga pegunungan yang menjulang gagah. Tak hanya itu, kekayaan budayanya yang beraneka ragam, dari ritual tradisional, seni rupa hingga aneka kuliner yang memukau, menjadikan Indonesia sebagai surga wisata yang tak tertandingi.

Pariwisata Indonesia juga menjadi sangat potensial dengan adanya peningkatan signifikan dalam Indeks Pariwisata Global. Indonesia saat ini berada di peringkat ke-124 dari 140 negara dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) tahun 2023, berdasarkan data yang dirilis *World Economic Forum* pada Mei 2023 (*World Economic Forum*, 2023).

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Indonesia Tahun 2021 – 2023**

Tahun	Wisatawan		Jumlah	Peningkatan (%)
	Mancanegara	Domestik		
2021	1.557.530	613.299.459	614.856.989	-
2022	5.889.031	734.864.693	740.753.724	20,4%
2023	11.677.825	749.114.709	760.792.534	2,7%

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Kekayaan-kekayaan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia menjadikan pariwisata sangat potensial untuk dikembangkan di negara ini. Pariwisata juga telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat. Menurut data BPS 2023, diketahui terdapat peningkatan signifikan selama tiga tahun terakhir. Adapun jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2021 ke tahun 2022 meningkat 20,4%, serta jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2022 ke tahun 2023 meningkat 2,7% (Badan Pusat Statistik, 2023a).

Salah satu destinasi lokasi utama para wisatawan nusantara untuk berkunjung adalah Jawa Barat. Berdasarkan data BPS 2023, Jawa Barat menduduki posisi kedua yaitu sebanyak 17,40% dari total provinsi yang paling banyak dikunjungi (Badan Pusat Statistik, 2023b). Sedangkan, provinsi yang terbanyak dikunjungi adalah Jawa Timur dengan proporsi 26,92% (Badan Pusat Statistik, 2023b). Banyaknya kunjungan wisatawan ke Jawa Barat menjadi bukti nyata akan pesona dan daya tarik yang dimilikinya. Provinsi ini memikat para pengunjung dengan kombinasi indahny alam, kekayaan budaya, dan berbagai pilihan aktivitas wisata yang memikat termasuk wisata kulinernya.

Industri pariwisata dikenal sebagai salah satu sektor terbesar paling kuat dalam perekonomian global. Objek wisata atau atraksi wisata merujuk pada segala hal yang menarik perhatian wisatawan dan mendorong mereka untuk mengunjungi suatu daerah. Atraksi wisata ini merupakan faktor utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi tempat tertentu dan juga menjadi pusat perhatian dalam pengembangan wisata.

Persepsi yang diketahui wisatawan terhadap objek atau lokasi wisata sangat penting sehingga pengelola mendapatkan informasi mengenai pengembangan objek dan daya tarik wisata. Menurut Marcelina dkk. (2018) pengembangan wisata akan berdampak pada kepuasan pengunjung dan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali (Marcelina *et al.*, 2018). Untuk kenyamanan pengunjung, penelitian tentang bagaimana wisatawan melihat kebersihan, keamanan objek dan daya tarik wisata harus lebih diperhatikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Widiasmara dkk. (2013) yang menyatakan bahwa persepsi adalah proses menentukan, mengorganisasi dan menyebarkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna (Widiasmara *et al.*, 2013).

Saat mengembangkan destinasi tujuan perjalanan, persepsi wisatawan menjadi salah satu faktor terpenting yang mempunyai dampak signifikan. Lebih lanjut, sebagaimana dikemukakan Ismayanti (2010) membentuk persepsi positif terhadap suatu objek wisata tertentu dengan berbagai atribut pada tubuh wisatawan merupakan langkah awal untuk menjamin tumbuhnya suatu destinasi wisata tertentu (Ismayanti, 2010). Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh ahli di atas, maka persepsi dapat diartikan sebagai proses yang dilalui oleh setiap individu

dalam menerima dan mengolah sesuatu yang telah diambil dari dirinya setelah itu individu yang bersangkutan memahami apa yang telah diberikan kepadanya. Oleh karena itu persepsi harus dipelajari untuk mengetahui bagaimana tanggapan langsung wisatawan terhadap objek wisata didasakan pada informasi yang wisatawan kumpulkan selama beraktivitas di suatu objek wisata. Kemudian informasi dari persepsi wisatawan tersebut dapat menjadi masukan serta evaluasi bagi pihak pengelola objek wisata. Wisatawan dapat mengunjungi tempat wisata dengan berbagai alasan, seperti mencari tempat baru, meremajakan diri, melihat atraksi wisata yang ada, dan sebagainya.

Beragam atraksi seperti pegunungan yang memukau di Lembang, situs sejarah di Bandung, dan pantai-pantai yang menawan di Pangandaran, Jawa Barat telah mengukuhkan posisinya sebagai tujuan wisata favorit. Dari para pecinta alam hingga para penikmat budaya, provinsi Jawa Barat menawarkan pengalaman yang beragam untuk semua jenis wisatawan. Selain itu, upaya yang terus dilakukan dalam pengembangan infrastruktur pariwisata dan promosi destinasi juga turut mendukung peningkatan kunjungan.

Penelitian terkini dalam bidang wisata gastronomi telah menyoroti pentingnya memahami persepsi wisatawan, namun masih terdapat beberapa celah yang memerlukan penelitian lebih lanjut, khususnya dalam konteks wisata gastronomi lokal. Meskipun telah ada kemajuan dalam studi tentang pengaruh gastronomi terhadap pengalaman wisata (Resmi *et al.*, 2023), penelitian yang lebih spesifik mengenai bagaimana keunikan kuliner lokal mempengaruhi persepsi wisatawan masih terbatas. Selain itu, faktor-faktor seperti keberlanjutan dan pengalaman multisensorial dalam wisata gastronomi, yang menjadi semakin penting bagi wisatawan modern (Long *et al.*, 2023), belum banyak dieksplorasi dalam konteks wisata gastronomi lokal.

Penelitian mengenai wisata gastronomi, khususnya yang berkaitan dengan pasar apung seperti *Floating Market* Lembang, masih menunjukkan beberapa celah. Meskipun wisata kuliner telah mendapatkan perhatian yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir sebagai faktor penting dalam industri pariwisata Indonesia, studi yang mendalam mengenai persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal di lokasi-lokasi spesifik seperti pasar apung masih terbatas.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir, seperti yang diungkapkan oleh (Bestari *et al.*, 2022), lebih cenderung berfokus pada aspek-aspek umum wisata kuliner di Indonesia atau mengeksplorasi potensi gastronomi lokal di lokasi-lokasi wisata terkenal seperti Bali atau Yogyakarta. Namun, penelitian spesifik yang menggali persepsi wisatawan terhadap daya tarik gastronomi di pasar apung masih langka. Pasar apung, seperti *Floating Market* Lembang, memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari lokasi kuliner lainnya, termasuk interaksi langsung dengan penjual lokal, pengalaman makan dalam *setting* pasar terapung, dan kekhasan kuliner yang disajikan.

Selain itu, studi terkini di Indonesia sering kali tidak mencakup analisis mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap tempat wisata kuliner. Misalnya, penelitian oleh (Mangifera *et al.*, 2018) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terhadap wisata kuliner, tetapi tidak secara spesifik menyoroti bagaimana faktor-faktor tersebut berlaku dalam konteks pasar apung. Ini menciptakan kesenjangan dalam pemahaman kita tentang bagaimana elemen-elemen seperti autentisitas kuliner, interaksi sosial, dan pengalaman sensorik mempengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan di pasar apung.

Meskipun *Floating Market* Lembang telah menjadi salah satu destinasi wisata populer di Jawa Barat, penelitian mengenai persepsi wisatawan terhadap daya tarik kuliner lokal di pasar ini masih terbatas. Sebagian besar studi yang ada cenderung mengkaji pasar apung dari perspektif yang lebih luas atau sebagai bagian dari atraksi turis secara umum, tanpa fokus khusus pada aspek gastronomi.

Pada beberapa tahun terakhir, ada peningkatan minat pada wisata kuliner sebagai aspek penting dari pengalaman wisata. Studi oleh (Wijayanti *et al.*, 2020) menyoroti pentingnya kuliner dalam mempromosikan destinasi wisata, namun tidak secara spesifik mengkaji persepsi wisatawan terhadap kuliner di pasar apung seperti Lembang. Aspek-aspek unik dari wisata kuliner di pasar apung, termasuk interaksi antara wisatawan dan penjual lokal, pengalaman makan di lingkungan yang unik, serta keaslian dan keragaman kuliner yang ditawarkan, belum sepenuhnya dieksplorasi.

Lebih lanjut, penelitian yang ada sering kali tidak menyelami bagaimana faktor budaya lokal, keragaman kuliner, dan aspek sosial-ekonomi pasar apung mempengaruhi persepsi dan pengalaman wisatawan. Hal ini menciptakan sebuah celah, terutama mengingat peran penting pasar apung dalam budaya lokal dan potensinya sebagai daya tarik wisata.

Salah satu ikon wisata gastronomi yang telah ada di Jawa Barat adalah *Floating Market* Lembang, yang berada di Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Sebagai sebuah konsep unik, *Floating Market* Lembang menggabungkan pengalaman belanja tradisional dengan eksplorasi kuliner. Di sinilah pengunjung dapat menemukan beragam makanan lokal dan produk-produk kerajinan yang ditawarkan oleh para pedagang di atas perahu-perahu yang "melayang" di atas danau buatan. Konsep ini tidak hanya memberikan pengalaman berbelanja yang unik, tetapi juga menjadi wadah promosi bagi kuliner lokal dan warisan budaya. Pada segi ekonomi, objek wisata ini berhasil memberikan dampak positif pada masyarakat seperti terbukanya lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan dan pembangunan infrastruktur yang lebih baik (Mutiara *et al.*, 2023).

Berdasarkan wawancara bersama pekerja *ticketing* Floating Market Lembang yaitu Bapak Cecep, jumlah pengunjung Floating Market Lembang pada hari biasa (*weekday*), wisatawan yang berkunjung bisa mencapai 2.000 hingga 4.000 orang per hari. Pada akhir pekan (*weekend*), wisatawan yang berkunjung bisa mencapai 10.000 hingga 12.000 orang per hari. Sedangkan pada musim liburan, jumlah wisatawan yang berkunjung bisa mencapai 20.000 orang per hari.

**Tabel 1.2 Kuliner Di *Floating Market* Lembang**

No.	Kuliner	No.	Kuliner
<b>Makanan</b>			
1	Sate Maranggi	50	Mie Jowo
2	Tanghulu	51	<i>Twisted Potato</i>
3	Es Kul Kul	52	Seblak
4	Salad Buah Coklat	53	Ceker Seuhah
5	Cimol	54	Cuanki Lembang
6	Cimol Bojot	55	<i>Croffle</i>

7	Cilor	56	Mie Kocok Saad
8	Cilok	57	Tahu <i>Crispy</i>
9	Empal Gentong	58	Tahu Pletok
10	Empal Asam	59	Bala Bala Tahu
11	Siomay Bandung	60	Bala Bala jagung
12	Pastel	61	Gorengan
13	Tahu Bulat	62	Rebusan
14	Ramen	63	Pisang <i>Crispy</i>
15	Udon	64	Kupat Tahu Gempol
16	Takoyaki	65	Tempe Mendoan
17	Okonomiyaki	66	Tahu Isi
18	Batagor (Kuah/Kering)	67	Pecel Sayur Banyumas
19	Bakpao Karakter	68	Lontong Sayur
20	Pempek Dos (Tanpa Ikan)	69	Leupeut Banjar Oncom
21	Kebab	70	Bakwan Tahu Sayur
22	Risol	71	Ketan Bakar Khas Lembang
23	<i>Chicken Cordon Blue</i>	72	Colenak
24	<i>Bitter Ballen</i>	73	Jagung Bakar
25	<i>French Fries</i>	74	Jasuke
26	<i>Meltded Chiz</i>	75	Suki Tomyam
27	<i>Coin Pancake</i>	76	Baso Campur
28	Kue Cubit	77	Baso Aci Garut
29	<i>Mozzy Cheese Jelly</i>	78	Lontong Kuah Lodeh
30	Bakmie Ayam	79	Gohyong (Ayam/Udang)
31	Telur Gulung	80	Cakwe
32	Kaloci	81	Tahu Gejrot
33	<i>Catton Candy</i>	82	Sosis Bakar
34	<i>Lollypop</i>	83	<i>Corndog</i>
35	<i>Marsmallow</i>	84	Taiyaki
36	<i>Popcorn</i>	85	Sate Kelinci
37	<i>Hokaido Cheese Toast</i>	86	Sate Jando

38	Bubur Ayam	87	Cilung
39	Lontong Kari	88	Duren Bakar
40	Kwetiaw Goreng	89	Es Duren
41	Kwetiaw Siram Telur	90	Ketan Fla Duren
42	Toppoki	91	Duren Mendem Keju
43	Bingka Tape	92	Lumpia Basah/Kering
44	Gemblong	93	Rujak Cireng
45	Tahu Goreng	94	Combrow
46	Odeng	95	Misro
47	Bolen	96	Rujak Uleg Honje
48	Keripik Tempe	97	Soto Mie Bogor
49	Keripik Bayam		
<b>Minuman</b>			
98	Es Pisang Ijo	105	Susu Murni Lembang
99	Ronde Jahe	106	Juice
100	Sekoteng Jahe	107	Es Kelapa Muda
101	Bandrek	108	Es Jeruk Kelapa
102	Es Cendol	109	Es Jeruk Peras
103	Es Goyobod	110	Wedang Jahe Serai
104	Es Campur		

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Sebagai salah satu pasar apung yang terkenal di Jawa Barat, *Floating Market* Lembang telah menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner autentik dan atmosfer yang memikat. Namun, walaupun popularitasnya meningkat, masih terdapat kesenjangan pengetahuan yang signifikan tentang bagaimana wisatawan menggambarkan dan mengevaluasi pengalaman kuliner mereka di pasar apung ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan ini dengan menganalisis persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang. Dengan memahami lebih dalam tentang bagaimana wisatawan memandang dan mengevaluasi pengalaman kuliner mereka di pasar apung ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengelola

Agni Marsha, 2024

**ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI LOKAL DI FLOATING MARKET LEMBANG**

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

destinasi dalam meningkatkan pengalaman wisatawan dan mempromosikan keberlanjutan pariwisata di kawasan tersebut.

Untuk memahami bagaimana wisatawan memandang potensi wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang, penulis menyusun beberapa pertanyaan dan menyebarkannya kepada 50 orang wisatawan yang pernah mengunjungi *Floating Market* Lembang. Berikut adalah jawaban yang diberikan atas pertanyaan tersebut :

**Tabel 1.3 Data Hasil Pra Penelitian Wisatawan *Floating Market* Lembang**

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Saya mengetahui bahwa <i>Floating Market</i> Lembang adalah sebuah wisata yang dijumpai berbagai makanan lokal.	50	0
2.	Saya pernah mengunjungi kuliner di <i>Floating Market</i> Lembang	50	0
3.	Saya sering mengunjungi (lebih dari satu kali) <i>Floating Market</i> Lembang	30	20
4.	Saya tertarik membeli makanan lokal yang ada di <i>Floating Market</i> Lembang	40	10
5.	Saya lebih tertarik membeli makanan kekinian daripada makanan lokal nusantara yang ada pada kuliner di <i>Floating Market</i> Lembang	29	21
6.	Saya setuju jika kuliner <i>Floating Market</i> Lembang dapat dijadikan daya tarik wisata gastronomi lokal di Lembang	50	0

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 1.3, hasil pra penelitian menunjukkan bahwa banyak wisatawan yang mengenal kuliner *Floating Market* Lembang. Sebanyak 100% wisatawan mengetahui bahwa *Floating Market* Lembang adalah tempat yang mudah ditemukan untuk menikmati wisata gastronomi lokal. Wisatawan pernah mengunjungi *Floating Market* Lembang, dan 60% diantaranya telah melakukan kunjungan ulang. Pada ketertarikan wisatawan, diketahui bahwa 80% wisatawan tertarik membeli makanan lokal, namun 58% diantaranya wisatawan lebih memilih untuk membeli makanan kekinian dibanding makanan lokal. Sebanyak 100% wisatawan sepakat bahwa makanan lokal dapat menjadi daya tarik wisata kuliner di *Floating Market* Lembang.

Agni Marsha, 2024

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI LOKAL DI  
FLOATING MARKET LEMBANG

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

Hasil pra-penelitian ini sangat diperlukan untuk memahami persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang. Dari hasil yang diperoleh, diketahui bahwa wisatawan mengenal wisata kuliner di *Floating Market* Lembang dan pernah berkunjung kesana. Meskipun wisatawan tertarik untuk membeli makanan lokal, tetapi wisatawan cenderung lebih tertarik untuk membeli makanan kekinian.

Oleh karena itu, penelitian bertajuk "**Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal di *Floating Market* Lembang**" berpotensi mengisi celah ini dengan memberikan insight yang lebih mendalam tentang bagaimana pasar apung di Lembang, dengan keunikan dan keragaman kuliner lokalnya, dipersepsikan oleh wisatawan. Hal ini tidak hanya akan memberikan kontribusi penting bagi literatur akademis, tetapi juga memberikan informasi berharga bagi pengelola destinasi, pembuat kebijakan, dan pelaku usaha lokal dalam merencanakan dan mengembangkan strategi pemasaran dan pengembangan yang lebih efektif dan berkelanjutan untuk pasar apung dan wisata kuliner di Lembang. Penelitian ini akan melihat lebih dekat interaksi antara wisatawan, *Floating Market* Lembang, dan gastronomi lokal, dengan tujuan mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah yang dapat direkomendasikan berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya:

1. Bagaimana identifikasi asal daerah makanan lokal sebagai potensi wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang?
2. Bagaimana identifikasi daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang?
3. Bagaimana persepsi wisatawan mengenai wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang?
4. Bagaimana persepsi wisatawan mengenai daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul "Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal Di *Floating Market* Lembang", tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Tujuan Umum

Meneliti dan menganalisis persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang, serta dampaknya terhadap keberlanjutan destinasi wisata gastronomi lokal.

#### 2. Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi asal daerah makanan lokal sebagai potensi wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang
- b. Mengidentifikasi daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang
- c. Menganalisis persepsi wisatawan mengenai wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang.
- d. Menganalisis persepsi wisatawan mengenai daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian tentang "Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal Di *Floating Market* Lembang" memiliki berbagai manfaat yang dapat diidentifikasi, antara lain:

1. Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa wawasan dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang wisata gastronomi lokal bagi penulis maupun pembaca.
2. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini, akan mengungkap bagaimana identifikasi daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang dan bagaimana persepsi wisatawan terhadapnya. Temuan ini akan memberikan gambaran umum bagi pemangku wilayah terkait, memungkinkan mereka untuk mengembangkan wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang berdasarkan kondisi saat ini dan kebutuhan yang relevan, baik bagi wisatawan maupun pihak lain seperti pengusaha lokal dan dinas terkait.