

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Salah satu tantangan utama dalam pengelolaan destinasi wisata adalah mempertahankan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Minat kunjungan ulang tidak hanya mencerminkan keberhasilan pengalaman wisata sebelumnya, tetapi juga menjadi indikator loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi. (Arevin, 2024) menyebutkan bahwa keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung berkaitan erat dengan tingkat kepuasan serta persepsi terhadap kualitas layanan. Jika suatu destinasi mampu menghadirkan pengalaman yang berkesan dan relevan dengan ekspektasi pengunjung, maka kemungkinan untuk dikunjungi kembali akan semakin besar. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat kunjungan ulang menjadi penting dalam upaya mempertahankan daya saing suatu destinasi wisata di tengah dinamika preferensi wisatawan yang terus berubah.

Salah satu aspek yang semakin menonjol dalam membentuk pengalaman wisatawan sekaligus memengaruhi minat kunjungan ulang adalah pengalaman kuliner. Dalam konteks pariwisata modern, aktivitas menikmati makanan dan minuman tidak hanya dipandang sebagai pelengkap, tetapi telah menjadi bagian integral dari perjalanan wisata itu sendiri. Kuliner memberikan pengalaman sensorial yang unik mulai dari cita rasa, penyajian, hingga suasana tempat makan yang mampu meninggalkan kesan mendalam. Studi (Burhanudin & Yusuf, 2023) menegaskan bahwa pengalaman kuliner yang menyenangkan, otentik, dan sesuai dengan selera wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk kembali ke suatu destinasi. Hal ini juga diperkuat oleh (Hatma et al., 2025) yang menemukan bahwa kualitas dan keberagaman sajian makanan dapat memperkuat loyalitas kunjungan, terutama ketika makanan memiliki kesesuaian harga serta mencerminkan karakter lokal.

Di Indonesia, sektor makanan dan minuman memegang peran penting dalam mendukung industri pariwisata, tidak hanya sebagai kebutuhan dasar wisatawan, tetapi juga sebagai elemen pengalaman yang dicari dan dikenang. Menurut BPS (2024) yang dilansir melalui media (Kompas.com, 2024), usaha makanan dan minuman menyumbang 19,39% dari total penghasilan sektor pariwisata nasional, dengan pengeluaran wisatawan terbesar kedua setelah akomodasi, yakni sebesar 36,03%. Hal ini memperlihatkan bahwa kuliner tidak hanya menjadi pelengkap, melainkan bagian esensial dari perjalanan wisata. (UNWTO, 2019b) mencatat bahwa destinasi seperti Ubud dan Bali mampu menarik minat wisatawan secara konsisten berkat kekuatan identitas kuliner lokalnya. Di luar Bali, Kota Bandung juga menunjukkan kecenderungan serupa sebagai destinasi wisata unggulan. Kota ini dikenal akan kekayaan kuliner yang khas dan beragam, serta terus berinovasi mengikuti tren tanpa kehilangan identitas lokal. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mencatat adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dalam lima tahun terakhir, di mana wisata kuliner menjadi salah satu motivasi utama kunjungan tersebut. Hal ini menandakan bahwa kehadiran kuliner tidak hanya memperkaya pengalaman wisata, tetapi juga berkontribusi pada minat wisatawan untuk datang kembali. berikut merupakan rekapitan data wisatawan yang datang ke kota Bandung dengan rentang tahun 2020 – 2024 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Rentang Tahun 2020 s.d 2024

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Nusantara	
2020	3.021	3.229.090	3.232.111
2021	33.961	4.973.649	5.007.610
2022	37.285	6.546.960	6.584.245
2023	38.570	7.713.937	7.752.507
2024	43.629	8.554.688	8.598.317

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
(dalam Open Data Kota Bandung, 2025)

Melihat data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung pada tabel 1.1 dalam lima tahun terakhir, terlihat adanya tren peningkatan yang konsisten, khususnya setelah penurunan tajam akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Pada tahun 2024, tercatat total kunjungan mencapai 8.598.317 wisatawan, mencerminkan pemulihan dan pertumbuhan positif sektor pariwisata. Kondisi ini menjadi potensi besar dalam mendorong perekonomian daerah, mengingat pariwisata berkontribusi terhadap berbagai sektor terkait seperti akomodasi, transportasi, dan terutama kuliner.

Melihat potensi kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya, diperlukan optimalisasi dari berbagai sektor pariwisata di Kota Bandung. Salah satu sektor yang memiliki daya tarik kuat adalah kuliner, yang tidak hanya menjadi pelengkap wisata, tetapi juga menjadi tujuan utama bagi sebagian besar . Makanan dan minuman tidak lagi dipandang sebatas kebutuhan dasar, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup dan sarana menikmati kekayaan budaya lokal. Kota Bandung, yang dikenal sebagai kota kreatif dan penuh inovasi, menawarkan keberagaman kuliner yang mampu menarik minat wisatawan dari berbagai kalangan. Melansir dalam website resmi Portal Jabar berdasarkan (Diskominfo Kota Bandung, 2023), kota Bandung mendapat peringkat ke sepuluh skala internasional dalam “100 Best Food Cities” versi TasteAtlas, dimana hal ini menunjukkan pengakuan terhadap potensi kuliner Bandung secara global.

Keberagaman kuliner di Kota Bandung tidak hanya terlihat dari variasi makanannya, tetapi juga dari lokasi-lokasi yang semakin berkembang sebagai pusat wisata kuliner. Saat ini, beberapa kawasan di kota Bandung mulai menjadi favorit pengunjung karena menawarkan pengalaman kuliner yang unik dan berbeda. Menurut (Detik Jabar, 2024) Kota Bandung memiliki beberapa pilihan kawasan wisata kuliner yang harus wisatawan kunjungi saat berwisata ke Kota Bandung, diantaranya nya

adalah Lengkong *Night Street Food*, Kawasan Dipatiukur, *Braga Culinary Night*, Paskal *Food Market*, Gegerkalong, Cibadak *Culinary Night*, dan *Sudirman Street Day and Night Market* menjadi pusat aktivitas kuliner malam yang ramai, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Fenomena ini diperkuat dengan maraknya konten promosi kuliner Bandung di media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Namun demikian, ekspektasi yang tinggi dari eksposur digital ini tidak selalu berbanding lurus dengan pengalaman aktual di lapangan. Masih banyak pengunjung yang mengeluhkan aspek-aspek penting seperti keterbatasan parkir, tempat duduk, hingga kebersihan fasilitas umum yang belum optimal.

Situasi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata kuliner tidak hanya ditentukan oleh cita rasa makanan, tetapi juga oleh atribut produk wisata lainnya yang memengaruhi kepuasan dan minat kunjungan ulang pengunjung. Oleh karena itu, menarik untuk mengkaji lebih jauh bagaimana elemen-elemen dalam produk wisata kuliner di kawasan *street food* Kota Bandung dapat memengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung kembali. Gambaran nyata mengenai permasalahan tersebut dapat dibuktikan dengan beberapa ulasan ulasan pengunjung yang sudah mengunjungi kawasan *street food* di Bandung diantaranya yaitu kawasan *Sudirman Street Day and Night Market*, *Lengkong Night Street Food*, dan *Cibadak Culinary Night*, ulasan tersebut ditemukan melalui *Google Review*. Beberapa pengunjung menyoroti keterbatasan tempat duduk, toilet yang kurang terawat, serta area parkir yang sempit dengan tarif yang dianggap mahal. Selain itu, kondisi kebersihan di sejumlah stan makanan dinilai kurang higienis, ditambah adanya kesan pengelolaan yang belum tertib, seperti pedagang yang terlalu agresif menawarkan dagangan hingga parkir liar yang melibatkan oknum tertentu. Meski demikian, banyak pengunjung tetap mengapresiasi keberagaman kuliner dan cita rasa makanan yang umumnya enak dan terjangkau.

Hal ini menunjukkan adanya dualitas persepsi: di satu sisi daya tarik kuliner menjadi alasan utama kunjungan, namun di sisi lain kelemahan pada aspek pendukung berpotensi mengurangi kenyamanan dan mengurangi niat kunjungan ulang. Dengan kata lain, peningkatan jumlah kunjungan yang tinggi tidak serta-merta diikuti oleh kepastian pengunjung untuk kembali, karena banyak di antaranya hanya datang sekali akibat tren media sosial, tetapi enggan melakukan kunjungan ulang ketika pengalaman aktual tidak sesuai ekspektasi. Fenomena ini menegaskan bahwa masalah utama yang perlu diperhatikan bukan sekadar bagaimana menarik pengunjung baru, tetapi juga bagaimana memastikan mereka memiliki keinginan untuk datang kembali; dengan kata lain, isu “*revisit intention*” di kawasan *street food* Bandung masih menjadi tantangan nyata.

demikian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik kuliner Bandung memiliki potensi besar dalam menarik minat kunjungan ulang, tetapi masih memerlukan dukungan dari aspek aksesibilitas dan fasilitas. Permasalahan ini menjadi dasar penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana atribut produk wisata kuliner yang meliputi daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas secara simultan dapat memengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung kembali ke kawasan *street food* Bandung.

Menurut (Kotler et al., 2018), atribut produk destinasi mencakup keseluruhan elemen yang memengaruhi kepuasan pengunjung, mulai dari daya tarik utama, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung. Sejalan dengan itu (Anuar et al., 2012) menekankan bahwa pengelolaan destinasi tidak cukup hanya berfokus pada daya tarik utama, tetapi juga memperhatikan kenyamanan akses dan kualitas fasilitas. Sementara itu, didukung dalam penelitiannya (Pratama & Yuliviona, 2025) menyatakan bahwa minat kunjungan ulang dipengaruhi oleh beberapa elemen diantaranya atraksi wisata dan fasilitas yang dimediasi oleh kepuasan. Lebih lanjut, (Auliya & Prianti, 2022) menegaskan bahwa atribut destinasi yang berorientasi pada kualitas fisik dan

emosional seperti kebersihan, kenyamanan, kemudahan akses, dan keunikan produk lokal sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, atribut produk wisata kuliner dapat dipahami sebagai kombinasi antara daya tarik (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*) yang secara kolektif memengaruhi pengalaman dan niat berkunjung ulang pengunjung. Dalam konteks wisata kuliner, elemen-elemen tersebut sering kali menjadi penentu apakah pengunjung akan merekomendasikan suatu tempat kepada orang lain atau bahkan kembali mengunjunginya. (Choe & Kim, 2018) juga menyebutkan bahwa elemen non kulinernya seperti suasana lokasi, pelayanan, dan kenyamanan fisik berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap pengalaman makan. Dengan demikian, pemahaman terhadap atribut produk wisata kuliner yang menyeluruh, meliputi aspek fisik dan emosional, utama dan pendukung menjadi kunci penting dalam membentuk pengalaman kuliner yang berkualitas dan berkelanjutan. Kombinasi dari ketiga komponen tersebut memungkinkan destinasi kuliner tidak hanya menarik secara sesaat, tetapi juga menciptakan loyalitas wisatawan dalam jangka panjang yang berdampak pada meningkatnya minat untuk berkunjung kembali.

Namun, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung lebih menekankan pada aspek rasa dan visual makanan. Padahal, pengalaman kuliner yang utuh sebenarnya merupakan hasil dari interaksi kompleks antara cita rasa, aksesibilitas dan fasilitas pendukung. Misalnya (Özçelik & Akova, 2021) mengemukakan bahwa pengalaman *street food* berkontribusi signifikan terhadap perilaku niat berkunjung ulang, namun kebanyakan studi tersebut masih berfokus pada persepsi rasa atau aspek visual makanan, dan belum secara menyeluruh menguji atribut-atribut produk kuliner yang mencakup kenyamanan akses dan fasilitas.

Kesenjangan ini menjadi relevan dalam konteks destinasi kuliner Kota Bandung. Fenomena yang terjadi menunjukkan adanya perbedaan antara citra makanan

yang tinggi (akibat viralitas di media sosial) dengan kualitas aktual produk wisata kuliner. Wisatawan mungkin datang karena melihat konten menarik di TikTok, Instagram, ataupun Youtube, tetapi saat tiba di lokasi, mereka kecewa karena suasana kurang nyaman, antrean panjang, atau keterbatasan tempat makan yang memadai. Kondisi semacam ini berpotensi menimbulkan persepsi negatif yang pada akhirnya mengurangi keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk **menganalisis pengaruh atribut produk wisata kuliner meliputi daya Tarik, aksesibilitas dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang pengunjung ke kawasan *street food* Kota Bandung**. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab kesenjangan antara ekspektasi dan kenyataan yang dirasakan wisatawan serta perlunya penguatan pengelolaan kawasan kuliner yang berkelanjutan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai perilaku wisatawan dalam konteks pariwisata kuliner, dengan mempertimbangkan dimensi produk wisata secara menyeluruh. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pengelola kawasan *street food*, pelaku UMKM, dan pemerintah daerah dalam mengembangkan destinasi kuliner yang tidak hanya menarik secara visual dan rasa, tetapi juga nyaman, mudah diakses, dan didukung oleh fasilitas memadai. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap peningkatan kualitas pariwisata kuliner di Kota Bandung.

1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata kuliner secara parsial terhadap minat kunjungan ulang ke Kawasan *street food* Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh aksesibilitas secara parsial terhadap minat kunjungan ulang ke Kawasan *street food* Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas secara parsial terhadap minat kunjungan ulang ke Kawasan *street food* Kota Bandung?

4. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata kuliner, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang ke *street food* Kota Bandung secara simultan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata kuliner secara parsial terhadap minat kunjungan ulang ke Kawasan *street food* kota Bandung
2. Menganalisis pengaruh aksesibilitas secara parsial terhadap minat kunjungan ulang ke Kawasan *street food* kota Bandung
3. Menganalisis pengaruh fasilitas secara parsial terhadap minat kunjungan ulang ke Kawasan *street food* kota Bandung
4. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata kuliner, aksesibilitas, dan fasilitas secara simultan terhadap minat kunjungan ulang ke *street food* Kota Bandung

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti di atas, maka manfaat penelitian ini adalah.

1.4.1. Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pariwisata, khususnya dalam kajian wisata kuliner dan perilaku kunjungan ulang wisatawan.
2. Diharapkan bisa digunakan sebagai pedoman atau referensi kedepannya untuk para peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti topik yang serupa di bidang pariwisata atau wisata kuliner.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan bagi pemerintah daerah dan Dinas Pariwisata dalam merumuskan kebijakan pengembangan kawasan wisata kuliner yang berkelanjutan dan berorientasi pada kepuasan wisatawan
2. Menjadi panduan strategis bagi pelaku usaha kuliner dan pengelola *street food* dalam meningkatkan kualitas produk, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung.

3. Membantu UMKM kuliner lokal dalam memahami atribut produk yang memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan.
4. Memberikan wawasan bagi *stakeholder* pariwisata untuk mengoptimalkan daya saing destinasi kuliner melalui pendekatan berbasis pengalaman wisatawan.
5. Penelitian ini juga disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas akhir studi S1 pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata.

1.5. Sistematika Penulisan

Struktur penulisan ini disusun sebagai acuan dalam menyelesaikan skripsi, dengan mengikuti ketentuan format penulisan yang tercantum dalam Pedoman Karya Tulis Ilmiah yang dikeluarkan oleh Universitas Pendidikan Indonesia. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran awal mengenai alasan dilakukannya penelitian, arah penelitian, serta manfaat teoritis maupun praktis dari hasil penelitian.

2. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Memuat kajian teori yang relevan, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran dan hipotesis.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Menjelaskan pendekatan dan metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian sesuai dengan temua temuan yang diperoleh serta menyajikan interpretasi data sesuai tujuan dan hipotesis.

5. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk pihak terkait.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisikan daftar referensi yang digunakan sebagai rujukan dalam penyusunan skripsi.

7. LAMPIRAN