

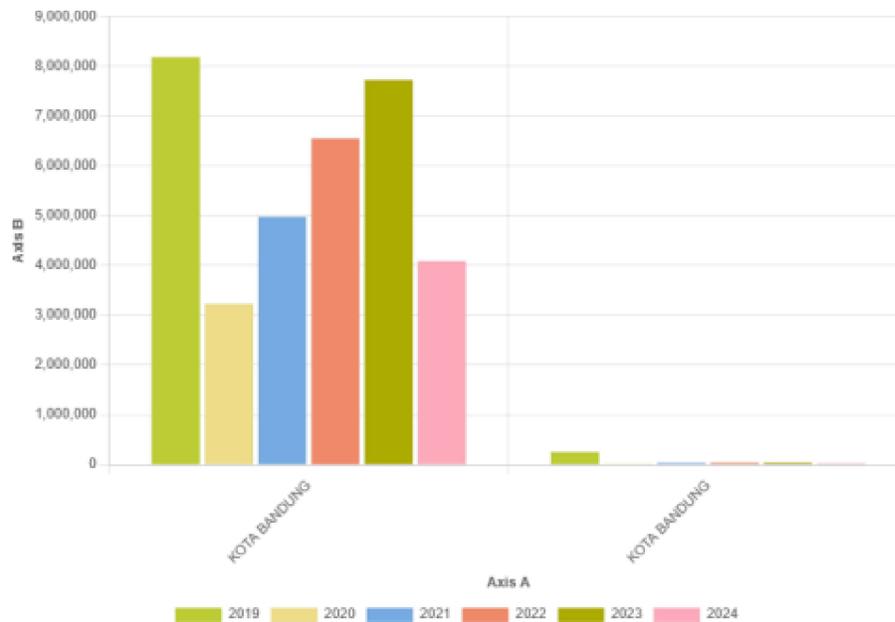
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri yang cukup kompleks dan menghimpun beberapa sektor, dimulai dari layanan wisata, pusat perbelanjaan, tempat hiburan, makanan, minuman, akomodasi dan transportasi. Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang berwujud kebutuhan setiap orang serta Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah serta pengusaha. Dalam era modern pariwisata merupakan fenomena yang mengarah pada kebutuhan untuk kesehatan dan pergantian situasi dalam lingkup menikmati terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta. Dasarnya disebabkan oleh bertumbuhnya pergaulan antar bangsa dan kelas pada masyarakat hasil dari berkembangnya hasil perkembangan perdagangan, transportasi dan industri (Ketut Riani, 2021). Karena itulah banyak tercipta lapangan pekerjaan, menggait pendapatan devisa melalui wisatawan asing, serta meningkatkan pendapatan dari kunjungan wisatawan.

Wisatawan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari dunia kepariwisataan. Wisatawan sangat beragam, tua muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya memiliki keinginan dan juga harapan yang berbeda-beda (Wolah, 2016). Wisatawan adalah individu atau sekumpulan individu yang melakukan perjalanan untuk tujuan rekreasi, liburan, atau kesenangan dengan rentang waktu biasanya lebih dari 1 hari (menginap). Sedangkan visitor merupakan orang atau sekumpulan orang yang mengunjungi suatu tempat untuk berbagai tujuan, tidak selalu pada wisata dengan rentang waktu biasanya lebih cenderung singkat (kurang dari 1 hari). Dan Kota Bandung merupakan salah satu Kota yang memasuki fase pertumbuhan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung, hal ini ditunjukkan pada data sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara Ke Kota Bandung

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2024)

Terlihat dari grafik diatas, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung berdasarkan (Disbudpar Kota Bandung, 2024). Pada tahun 2019 menunjukkan angka tertinggi, tahun 2020 mengalami penurunan drastis kemungkinan besar akibat dampak pandemi COVID-19, untuk tahun 2021 dan 2022 mengalami peningkatan yang cukup signifikan seiring dengan peraturan pembatas yang ada, pada tahun 2023 angka wisatawan kembali tinggi mencapai angka mendekati 8 juta dan untuk data tahun 2024 belum mencerminkan angka total wisatawan sepanjang tahun karena tahun 2024 masih berlangsung, sehingga kemungkinan akan lebih tinggi setelah akumulasi data tahunan selesai.

Angka tersebut menunjukkan minat wisatawan untuk mengunjungi wisata ke Kota Bandung dikarenakan letak geografisnya sangat strategis, berlokasi di tengah Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung juga mempunyai berbagai pariwisata yang bisa dikunjungi serta dinikmati oleh para wisatawan seperti wisata belanja, wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner atau gastronomi lokal (Alim & Noor, 2024).

Wisata gastronomi merupakan pengetahuan baru untuk wisatawan penikmat kuliner outentik dari wilayah tujuan wisata yang di tuju, gastronomi tidak hanya

mengenal perjalanan tetapi juga memberikan wawasan tentang sejarah, tradisi, dan nilai-nilai lokal. Melalui wisata gastronomi, budaya kuliner lokal semakin diperkuat, dan masyarakat setempat dapat lebih berperan aktif berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal (Turgarini, 2018). Wisata gastronomi memainkan peran penting dalam mengembangkan potensi pariwisata di berbagai daerah, termasuk di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat.

Potensi wisata merupakan sesuatu yang terdapat di daerah wisata dan adanya sebuah daya tarik yang membuat agar orang-orang mau datang untuk mengunjungi suatu tempat. Sebagai kota dengan daya tarik lengkap, Kota Bandung menawarkan berbagai wisata alam yang beragam, rumah-rumah budaya yang melestarikan seni dan tradisi lokal, serta kekayaan kuliner yang khas dan autentik (Mulya & Yudana, 2018). Berikut beberapa nama rumah budaya yang berada di Kota Bandung:

Tabel 1.1
Beberapa Rumah Budaya di Kota Bandung

| No | Nama | Lokasi | Fokus |
|----|---------------------------|-------------------------|--|
| 1. | Saung Angklung Udjo | Jalan Padasuka | Pusat kesenian angklung: Pertunjukkan, edukasi angklung. |
| 2. | Rumah Budaya Rosda | Jalan Diponegoro | Pameran seni, workshop. |
| 3. | Komunitas Hong | Kampung Ciburial | Pelestarian permainan tradisional anak-anak. |
| 4. | Selasar Sunaryo Art Space | Jalan Bukit Pakar Timur | Pameran seni. |
| 5. | Studio Rosid | Jalan Cigadung | Pusat seni rupa dengan nilai budaya dan sosial: pameran, diskusi, dan kegiatan budaya. |

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Rumah budaya tidak hanya memperkaya sektor pariwisata, tetapi juga memperkuat daya tarik wisata gastronomi. Hal ini karena banyak kuliner khas Bandung yang erat dengan nilai-nilai budaya dan sejarah, yang sering kali

ditampilkan dalam rumah budaya. Proses pewarisan budaya dan kebudayaan sangat memerlukan perjumpaan yang melibatkan komunikasi antara generasi sesepuh sebagai pemegang budaya dan kebudayaan, serta generasi muda sebagai penerusnya, di sinilah letak pentingnya Rumah Budaya (Sugiarto & Siswantara, 2012).

Dalam skala internasional, Museum Ramen Shin Yokohama di Jepang mengusung konsep rumah budaya dan restoran. Museum ini dirancang oleh kurator Iwaoka Yoji dengan menciptakan replika kota tahun 1958 yang dilengkapi kedai-kedai ramen asli dari berbagai daerah di Jepang. Meskipun ramen berasal dari Tiongkok, museum ini berperan penting dalam mengukuhkan status ramen sebagai makanan nasional tidak resmi Jepang yang populer di semua kalangan karena harganya terjangkau. Konsep museum yang menggabungkan unsur pendidikan dan kuliner ("*educuisine*") berhasil menciptakan ruang nostalgia kolektif serta memperkuat identitas lokal dan nasional Jepang (Fukutomi, 2013).

Dalam skala nasional, *The Art Lounge* merupakan *coffee shop* dan galeri seni di Jalan Raya Mas Ubud Bali yang mengusung konsep art dan *cafe* baru. Dimiliki oleh pelukis Tony Raka, tempat ini dirancang untuk mengintegrasikan kenikmatan kopi dengan apresiasi seni dalam satu ruang. Interior *The Art Lounge* didesain dengan konsep rekontekstualisasi Ubud tahun 1930-an, menghadirkan perpaduan elemen tradisional Bali dengan kebutuhan modern. Desain mengutamakan penggunaan material alami seperti kayu dan bambu yang dikombinasikan dengan material kontemporer, didukung ruang terbuka dengan pencahayaan alami maksimal. Pembagian area meliputi galeri seni, ruang makan, toko buku, dan teras dengan kolam, dimana sirkulasi ruangnya terinspirasi dari pola jalan desa tradisional. Konsep ini tidak hanya bertujuan menciptakan daya tarik wisata, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya Bali melalui pengalaman ruang yang unik (Sidiadnyana et al., 2018).

Studio Rosid menjadi contoh rumah budaya lokal yang berperan penting dalam proses pewarisan. Selain memamerkan karya seni rupa yang mengandung nilai budaya dan sosial, Studio Rosid juga menyediakan ruang

bagi dialog antar-generasi. Terletak di Jl. Cigadung Raya Tengah No.40, Bandung. Terdapat art gallery, barang antik dan *cafe*. Berkonsep "Rumah Budaya dan *Cafe*," Studio Rosid menggabungkan dua fungsi utama, yaitu kegiatan budaya dan tempat bersantai.

Studio Rosid hadir sebagai wisata unik di Kota Bandung yang menggabungkan konsep rumah budaya dan *cafe*. Berbeda dari *cafe* pada umumnya, tempat ini menawarkan pengalaman wisata gastronomi yang berpadu erat dengan kekayaan budaya. Keunikan Studio Rosid terletak pada koleksi barang-barang antik yang otentik dan interaktif, menjadikannya daya tarik yang langka dan belum banyak ditemukan di tempat lain.

Daya tarik utama Studio Rosid adalah koleksi barang-barang kuno yang dikumpulkan sejak tahun 2005. Di sini, pengunjung tidak hanya disuguhkan dengan barang antik sebagai pajangan, tetapi juga diajak berinteraksi langsung. Ada koleksi cobek tua dari berbagai daerah yang dapat dimainkan untuk menghasilkan irama, serta berbagai alat masak tradisional. Selain itu, pemiliknya, Rosid, seorang pelukis, berperan penting dalam menciptakan suasana personal dan hangat menyambut dan mengajak pengunjung berkeliling. Sentuhan personal ini membuat pengalaman di Studio Rosid terasa lebih berharga dan tidak terlupakan.

Dengan perpaduan konsep unik antara kuliner lokal dengan pengalaman budaya yang interaktif dan personal, Studio Rosid berhasil menarik minat orang-orang yang mencari tempat bersantai sekaligus berinteraksi dengan warisan budaya secara mendalam. Lalu penulis melakukan pra-penelitian mengenai Rumah Budaya Studio Rosid kepada 30 responden, sehingga menghasilkan data dalam tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kuesioner Pra Penelitian

| No | Pertanyaan | Tanggapan |
|----|---|--|
| 1. | Apakah anda pernah mendengar Museum Ramen Shin Yokohama di Jepang mengusung konsep rumah budaya dan restoran? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> ● Ya, 5 responden ● Tidak, 25 responden |

| No | Pertanyaan | Tanggapan |
|----|---|---|
| 2. | Apakah anda pernah mendengar tentang <i>The Art Lounge</i> yang merupakan <i>coffee shop</i> dan galeri seni di Bali? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 3 responden • Tidak, 27 responden |
| 3. | Apakah menurut anda tempat seperti itu harus diteliti mengenai daya tariknya sehingga tau apa saja potensinya? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 30 responden • Tidak, 0 responden |
| 4. | Apakah Rumah Budaya dan <i>Cafe Studio Rosid</i> termasuk salah satu yang pernah anda kunjungi dalam lingkup lokal? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 14 responden • Tidak, 16 responden |
| 5. | Menurut anda, konsep pengumpulan barang antik di Rumah Budaya Studio Rosid sangat menarik? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 28 responden • Tidak, 2 responden |
| 6. | Apakah menurut anda makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Budaya Studio Rosid mewakili kekhasan Kota Bandung? (Seperti : Nasi timbel, seblak, ulen, bajigur, bandrek) | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 29 responden • Tidak, 1 responden |
| 7. | Menurut anda, apakah konsep budaya yang ada di Rumah Budaya Studio Rosid berpengaruh untuk menjadi daya tarik wisata gastronomi? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 28 responden • Tidak, 2 responden |
| 8. | Apakah menurut anda Rumah Budaya Studio Rosid memiliki potensi besar sebagai wisata gastronomi di Kota Bandung? | Dari 30 Responden, mereka menjawab: <ul style="list-style-type: none"> • Ya, 30 responden • Tidak, 0 responden |

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel data hasil pra-penelitian yang dilakukan kepada 30 responden diantaranya wisatawan 24 dari Kota Bandung/Kabupaten Bandung dan 6 wisatawan dari luar daerah, menunjukkan hasil sebanyak 30 responden

mengatakan bahwa Rumah Budaya Studio Rosid potensial untuk menjadi daya tarik wisata gastronomi di Kota Bandung. Studi ini menyoroti potensi unik Studio Rosid di Kota Bandung sebagai wisata yang menggabungkan wisata budaya dan kuliner, sebuah konsep yang semakin diminati oleh banyak orang. Tempat ini menawarkan lebih dari *cafe* biasa, merupakan kegiatan budaya yang menampilkan galeri seni, koleksi barang antik, dan kekayaan kuliner tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memperkenalkan daya tarik serta potensi Studio Rosid, khususnya dalam konteks wisata gastronomi yang terintegrasi dengan seni. Mengingat belum adanya penelitian spesifik mengenai tempat wisata berkonsep *art and cafe*, studi ini akan mengisi celah tersebut dengan menyoroti bagaimana perpaduan antara seni dan kuliner dapat menciptakan pengalaman berwisata yang berbeda. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul dari penelitian ini adalah **“POTENSI RUMAH BUDAYA STUDIO ROSID SEBAGAI DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI DI KOTA “.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang akan muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana identifikasi komponen gastronomi pada Studio Rosid di Kota Bandung?
2. Bagaimana potensi daya tarik wisata yang ada pada Studio Rosid di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk memperoleh hasil sebagai atraksi wisata :

1. Untuk mengidentifikasi komponen gastronomi pada Studio Rosid di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis potensi daya tarik wisata yang ada pada Studio Rosid di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis, penulis berharap dapat menambah ilmu dan menjadi dasar teori atau acuan bagi yang ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian yang serupa mengenai “Potensi Rumah Budaya Studio Rosid Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi di Kota Bandung”.
2. Secara praktisi, penulis berharap dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca, selain itu dapat mengoptimalkan potensi wisata gastronomi berbasis budaya, dan bagi penulis sebagai sarana menambah wawasan dan menuntaskan masa studi .