

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya kegiatan pariwisata di seluruh dunia, setiap negara diharuskan untuk mempersiapkan negaranya agar mampu menjadi destinasi yang menarik bagi para wisatawan untuk berkunjung, semakin banyak wisatawan yang datang semakin besar pula keuntungan yang akan di peroleh negara tersebut dalam membantu sektor perekonomiannya.

Berikut ini merupakan data perkembangan wisatawan nasional pada tahun 2011-2016 yang di sajikan dalam bentuk tabel 1.1 dibawah ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Wisatawan Nasional Tahun 2011-2016

TAHUN	WISATAWAN NASIONAL		RATA-RATA PENGELUARAN PER ORANG (USD)		RATA-RATA LAMA TINGGAL (HARI)	TOTAL PENGELUARAN SELAMA DI LUAR NEGERI (juta USD)
	Jumlah	Pertumbuhan	PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2011	6,750,416	08.26	934.50.00	121.53.00	0,3381944	6,308.26
2012	7,453,633	10.42	926,20**)	127,00**)	7,67**)	6,903.55
2013	8,024,876	0,3375	912.31.00	140.39.00	06.49	7,321.21
2014*	7,899,070	-1.57	Data tidak tersedia			
2015*	7,908,534	00.12	Data tidak tersedia			
2016*	6,677,918	0,109027778	Data tidak tersedia			

Sumber : Data di peroleh dari Puslatin Kemenparekraf & BPS, Desember 2017.

Tabel 1.2
Jumlah Wisatawan Mancanegeraan Domestik Tahun 2012-2016

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

Tahun	Wisatawan		Jumlah Total
	Mancanegara	Domestik	
2012	1,905,378	42,758,063	44,663,441
2013	1,794,401	45,539,179	47,357,580
2014	1,962,639	47,992,088	49,954,727
2015	2,027,629	58,334,706	58,362,338
2016	4,428,094	58,728,666	63,156,760

Sumber :Kementrianpariwisata, Desember 2017.

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini kebutuhan akan sesuatu dengan unsur halal sangat diminati semua orang. Tidak hanya kaum muslim saja, tetapi kaum non-muslim pun sudah mulai membutuhkannya, seperti kebutuhan akan produk-produk halal karena alasan kesehatan.

Islam merupakan salah satu agama yang memiliki pertumbuhan paling cepat dengan jumlah penganut terbesar kedua di dunia. Berdasarkan peningkatan jumlah penduduk muslim dengan lebih dari 235% dalam 50 tahun terakhir (Abdul Latif, 2006). Hal inilah yang lantas mendasari terciptanya sebuah perkembangan wisata halal (*Halal Tourism*). Melihat potensi wisata halal (*Halal Tourism*) yang begitu besar, saat ini setiap negara khususnya negara dengan mayoritas non-muslim mulai mempersiapkan wisata halal guna menarik para wisatawan muslim untuk berkunjung.

Salah satu hal terpenting dari wisata halal (*Halal Tourism*) bagi para wisatawan muslim adalah ketersediaan makanan halal (*Halal Food*). Makanan halal saat ini sudah mendapatkan perhatian diseluruh dunia karena telah menjadi alternatif untuk keamanan, kebersihan serta jaminan kualitas dari produk yang hendak dikonsumsi. Dengan demikian, produk atau makanan yang diproduksi sesuai dengan resep halal adalah makanan yang mudah diterima oleh konsumen muslim dan konsumen dari agama-agama lain.

Jika Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang sudah mulai membenahi industri pariwisata halalnya agar mampu bersaing dengan negara-negara lain, beda halnya dengan negara Korea Selatan. Korea Selatan merupakan salah satu negara maju yang sudah sangat serius dalam menanggapi industri pariwisata halalnya.

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

Berbicara mengenai kegiatan pariwisata Korea Selatan, tentu tak lepas dari pengaruh fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave*. Dimana saat ini Korea Selatan sudah mulai mendominasi dunia *Entertainment*. Tidak hanya di wilayah Asia saja, melainkan sudah merambah ke pasar Eropa dan Amerika (Nasiti, 2010:3).

Gelombang Korea (*Hallyu*) merupakan fenomena yang terjadi dan mampu menjangkiti aspek kehidupan di berbagai belahan dunia. Penyebaran tersebut dapat terjadi melalui berbagai tayangan televisi serta media internet. Sedangkan, *Korean Wave* merupakan suatu istilah yang biasanya merujuk kepada popularitas budaya Korea Selatan ke luar negeri. *Korean Wave* biasanya melakukan penyebarannya dalam bentuk *fashion*, *film*, drama, musik, kuliner serta ciri khas kebudayaan lainnya yang mengangkat identitas dari negara Korea Selatan tersebut.

Adanya era globalisasi ini mampu membuat budaya luar atau asing dengan mudahnya menghilangkan budaya asli dari suatu negara yang memiliki dasar budaya nasional seperti Indonesia. Saat ini budaya Korea Selatan sudah mulai mempengaruhi masyarakat Indonesia, terbukti dari antusiasme masyarakat terkait dengan kebudayaan Korea.

Diselenggarakannya acara Korea-Japan *World Cup* pada tahun 2002 membuat kultur atau kebudayaan Korea Selatan masuk ke Indonesia untuk pertamanya.

Euforia tersebut dimanfaatkan oleh stasiun televisi swasta Indonesia untuk berlomba-lomba menayangkan film dan drama dari negeri tersebut. Alhasil penayangannya sukses menarik perhatian masyarakat Indonesia, bahkan beberapa bintang film dan drama tersebut telah menjadi idola bagi masyarakat tanah air.

Seiring dengan suksesnya penayangan film dan drama Korea di Indonesia, pada tahun 2007 musik Korea pun ikut berkembang dengan pesatnya di tanah air. Musik dengan genre pop ini dikenal dengan sebutan K-Pop (*Korean Pop*). K-Pop dikecamatan menarik mungkin dalam bentuk musik yang dibawakan secara grup oleh *Boyband* dan *Girlband* yang berparas menawan serta mampu mengkomunikasikan antaran yang tariannya, sehingga menjadikan K-Pop ini berbeda dengan jenis-jenis musik lainnya.

Dari penyebaran tersebut, masyarakat Indonesia saat ini begitu mengagumi kebudayaan Korea terlihat dari antusiasme masyarakat terhadap kuliner-kuliner khas Korea

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

Selatan yang saat ini sudah menyebar di seluruh Indonesia terutama di kota Bandung. Di kota Bandung sendiri tercatat ada +/- 38 unit restoran Korea, data tersebut penulis dapatkan berdasarkan hasil survei terkait restoran dengan unsur Korea Selatan yang ada di kota Bandung.

Kota Bandung sendiri terbagi menjadi beberapa wilayah, wilayah-wilayah tersebut diantaranya adalah wilayah Tegalega, Karees, Bojonegara, Gedebage, Cibeunying dan Ujung Berung. Pembagian wilayah tersebut terdapat dalam peta kota Bandung berdasarkan pembagian wilayah yang disajikan dalam bentuk gambar (terlampir).

Melihat banyaknya wilayah yang tersebar di kota Bandung seperti yang terlihat pada gambar (terlampir) serta banyaknya Restoran Korea yang ada di Kota Bandung, maka penulis akan memfokuskan penelitian berdasarkan jumlah Restoran Korea terbanyak yang ada di wilayah-wilayah tersebut. Adapun jumlah Restoran berdasarkan wilayah disajikan dalam bentuk tabel 1.3 adalah sebagai berikut:

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

Tabel 1.3
Restoran Khas Korea yang Tersebar di Wilayah-Wilayah Kota Bandung

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

USAHA KULINER KOREA DI BANDUNG WILAYAH CIBEUNYING		
No.	Nama Usaha Kuliner	Alamat
1	Chingu Café	Jl. Sawunggaling No.10, Tamansari, Bandung.
2	Mujigae	Jl. Cihampelas No. 160, Cipaganti, Bandung.
3	Yoogane Korean Food	Jl. Sunda No. 60, Kb. Pisang, Sumur Bandung.
4	Suju Ramen	Jl. Ir. H. Juanda No. 325, Dago, Coblong, Bandung.
5	Café Bene	Jl. Ir. H. Juanda No. 155, Lebak Siliwangi, Coblong.
6	Chick'n Roll	Jl. Ir. H Juanda No. 110. Lebakgede, Coblong, Bandung.
7	Chagiya Korean Suki	Jl. Sawunggaling No. 10, Tamansari, Bandung.
8	Ngorea Bistro	Jl. Progo No. 35, Citarum, Bandung.
9	Donwoori	Jl. Lombok No. 53, Citarum, Bandung.
10	Korean 28	Jl. Gandapura No. 71c, Merdeka, Sumur Bandung.
11	Nomu-Nomu Korean	Jl. Gudang Selatan No. 22, Mereka, Sumur Bandung.
12	Korean Monster	Jl. Braga No. 41, Sumur Bandung.
13	Charada Korean	Jl. Kb. Jukut No. 25 Babakan Ciamis, Sumur Bandung.
14	Beef Bulgogi Chicken Galbi	Jl. Sunda No. 60 Sumur Bandung.
15	Happy Snow Korean	Jl. Aria Jipang No.1, Citarum, Bandung.
16	Acellin Korean	Jl. Ciliwung No. 1-3, Cihapit, Bandung.
17	Sadang Korean BBQ	Jl. Wastukencana No. 63, Babalan Ciamis, Sumur Bandung.
18	Lotteria	Jl. Burangrang No.5, Malabar, Lengkong, Bandung.

USAHA KULINER KOREA DI BANDUNG WILAYAH BOJONEGARA		
No.	Nama Usaha Kuliner	Alamat
1	Korean House Restaurant	Jl. Sukajadi No. 175, Cipedes, Sukajadi.
2	Chung Gi Wa	Jl. Lemah Neundeut No.87 Sukajadi.
3	Arang 123	Jl. Sukahaji No. 123, Sukarasa, Sukasari.
4	Bing Soo	Jl. Sukajadi No. 198, Pasteur, Sukajadi.
5	Tudari	Jl. Surya Sumantri No. 35, Sukawarna, Sukajadi.
6	Myeong Ga	Jl. Sarimanah No. 19, Sukajadi, Sukasari.
7	Korean Mart	Jl. Sukajadi No. 198, Cipedes, sukajadi, Bandung.
8	Han Kook Gwan	Jl. Prof. Dr. Sutami No. 52A Sukarasa, Sukasari.
9	Bornga	Jl. Dr. Rajiman No. 5 Paskal, Cicendo.
10	Kitchen Korea	Jl. Surya Sumantri, Sukagalih, Sukajadi.
11	Soerae Korean Grill Bandung	Jl. Dr. Setiabudhi No. 49-51. Isola, Sukaiadi.

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

No.	Nama Usaha Kuliner	Alamat
12	Wonjo Korean Resto	Jl. Dr. Setiabudhi No. 193, Gegerkalong, Sukasari.
13	Busan Korean Food	Jl. Padjajaran No. 136, Cicendo, Bandung.
14	Kim Si Hwa Ro	Jl. Surya Sumantri No. 91, Sukawarna, Sukajadi.
15	Hangku Kuan	Jl. Karangsari No. 21, Pasteur, Sukajadi.
16	Seoul Korean BBQ & Noodle	Jl. Sukajadi No. 232, Gegerkalong, Sukasari, Bandung.

USAHA KULINER KOREA DI BANDUNG WILAYAH KAREES

No.	Nama Usaha Kuliner	Alamat
1	Gogi Korean BBQ	Jl. Burangrang No. 3 Malabar, Lengkong, Bandung.
2	Wakaka	Jl. Jendral Gatot Subroto No. 25, Cibangkong, Batununggal.

USAHA KULINER KOREA DI BANDUNG WILAYAH GEDEBAGE

No.	Nama Usaha Kuliner	Alamat
1	Dapur Korea	Jl. Soekarno Hatta No. 590, Sekejati, Buah Batu, Bandung.

USAHA KULINER KOREA DI BANDUNG WILAYAH TEGALEGA

No.	Nama Usaha Kuliner	Alamat
1	Tokki Pokki	Jl. Raya Kopo, Cirangrang, Bandung.

Sumber : Data diolaholehp penulis, Desember 2017.

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, jumlah Restoran Korea terbanyak beradadi wilayah Cibeunying. Makadari itu penulis akan memfokuskan penelitian pada Restorankhas Korea yang ada di wilayah Cibeunying kota Bandung.

Kota Bandung memiliki jumlah penduduk sekitar 2.404.589, yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Data tersebut dapat dilihat dari jumlah penduduk kota Bandung berdasarkan agama pada tahun 2017 yang disajikan dalam bentuk tabel 1.4. Adapun tabel tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4
Jumlah Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Agama

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

No	Agama	Jumlah Penduduk
1	Islam	2.207.375
2	Kristen	129.808
3	Katolik	53.566
4	Hindu	1.714
5	Budha	11.862
6	Konghuchu	163
7	Kepercayaan Lainnya	101
Total		2.404.589

Sumber : <http://data.bandung.go.id/dataset/jumlah-penduduk-berdasarkan-agama>, diakses pada Desember 2017.

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, dengan mayoritas penduduk yang menganut agama Islam, sudah semestinya masyarakat lebih selektif dalam memilih makanan, minuman ataupun produk yang hendak digunakan atau dikonsumsi, seperti halnya makanan halal yang memang sangat dianjurkan bagi umat Islam. Kesadaran inilah yang lantas harus diterapkan oleh masyarakat muslim khususnya yang ada di kota Bandung.

Makanan merupakan bagian dasar dari keberadaan manusia. Makanan yang dikonsumsi oleh umat muslim menentukan kode Islam yang disebut dengan makanan halal.

Meningkatnya tingkat kesadaran muslim tentang kewajiban mengonsumsi makanan berdasarkan persyaratan Islam, menciptakan permintaan yang besar untuk makanan dan produk halal.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis di atas mengenai kesadaran konsumen terhadap produk halal pada restoran Korea di Kota Bandung, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Kesadaran Konsumen Terhadap Produk Halal Pada Restoran Korea Di Kota Bandung**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, berikut ini beberapa rumusan masalah yang akan penulis teliti adalah sebagai berikut :

Maudi Desyana, 2018

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN KOREA DI KOTA BANDUNG

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

1. Bagaimanapengaruhfaktor-faktor kesadarankonsumenterhadapprodukhalal padarestoran Korea di Kota Bandung khususnya di wilayahCibeunying?
2. Bagaimanatingkat kesadarankonsumenterhadapproduk halal padarestoran Korea di Kota Bandung khususnya di wilayahCibeunying?

1.3 TujuanPenelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapabesar pengaruhfaktor-faktor kesadarankonsumenterhadapproduk halal padarestoran Korea di Kota Bandung.
2. Mengetahuiseberapabesar tingkat kesadarankonsumenterhadapproduk halal padarestoran Korea di Kota Bandung.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagaiberikut :

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber teori untuk program studi Manajemen Industri Katering.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rekomendasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang akan dilakukan berupamateri yang sama dengan penelitian.

Maudi Desyana, 2018

*KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK HALAL PADA RESTORAN
KOREA DI KOTA BANDUNG*

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