

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sumber penghasil devisa terbesar di beberapa negara termasuk Indonesia, dimana negara Indonesia memiliki 34 provinsi dengan beragam potensi wisata yang terdapat didalamnya. Karena itulah pariwisata di Indonesia berkembang pesat berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh provinsi-provinsi tersebut.

Menurut Undang-Undang RI No 10 tahun 2009 wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Jenis-jenis gastronomi Indonesia dibagi dalam dua kategori besar, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Kategori makanan berat meliputi jenis makanan seperti nasi dan lauk pauknya, contohnya nasi uduk, nasi goreng, nasi liwet, nasi kuning, dan semacamnya. Penyebaran dan pelestarian budaya tradisional Indonesia melalui gastronomi di kategori ini sudah dinilai cukup baik dengan hadirnya banyak restoran atau rumah makan yang menyajikan beragam menu makanan berat dari berbagai daerah di Indonesia. Sementara kategori makanan ringan meliputi jenis makanan seperti jajanan pasar dan makanan penutup atau camilan, contohnya kue kering, kue basah, macam-macam es serut atau minuman dingin, dan lain sebagainya, penyebarannya dinilai masih jarang dan butuh perhatian lebih dari masyarakat karena para pedagang jajanan pasar ini berupa penjaja di pinggir jalan, gerobak-gerobak atau kios-kios kecil.

Di balik kemajuan pariwisata suatu negara, ada kota maupun daerah yang turut serta memajukan industri pariwisata di daerahnya, baik itu berupa objek wisata maupun produk yang menjadi daya tarik wisata. Salah satu daerah di Indonesia yang mengalami perkembangan di bidang pariwisata adalah Provinsi Jawa Barat dan Kota Bandung. Data statistik kunjungan wisatawan ke Jawa Barat yang didapat dari website resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Statistik

kunjungan wisatawan ke Kota Bandung yang di dapat dari website resmi pejabat pengelola informasi dan dokumentasi Kota Bandung.

Bandung merupakan salah satu kota yang sedang mengalami perkembangan pada bidang pariwisata terutama wisata gastronomi. Wisata gastronomi merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan yang terkait dengan makanan atau dapur dalam jangka waktu sementara. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bermunculan *restoring* dan *café* baru yang menawarkan produk dengan ciri khasnya masing-masing.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2014-2017

Bulan	2014	2015	2016	2017
Januari	753.079	785.973	814.303	1.032.930
Februari	702.666	843.928	888.309	957.583
Maret	765.607	841.071	915.019	1.066.588
April	726.332	801.873	901.095	1.142.180
Mei	756.363	852.388	915.206	1.150.067
Juni	651.475	872.385	857.651	1.111.616
Juli	777.210	877.584	1.032.741	1.379.961
Agustus	826.821	911.704	1.031.986	1.404.664
September	791.296	920.128	1.006.653	1.213.640
Oktober	808.767	877.798	1.040.651	1.158.599
November	764.461	835.408	1.002.333	-
Desember	915.334	986.519	1.113.328	-
TOTAL	9.435.411	10.406.759	11.519.275	11.617.828
Pertumbuhan(%)		10.92	10.69	23.55

Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2017)

Nama “Colenak” berasal dari singkatan ‘dicocol enak’. Colenak merupakan makanan khas tanah parahyangan yang terbuat dari *peyeum sampeu* (tape singkong) yang dibakar. Awalnya, *peuyeum* bakar tersebut dihidangkan dengan saus yang terbuat dari lelehan gula merah yang dicampur kelapa. Tapi, seiring perjalanan waktu, terdapat banyak varian *Colenak* yang dikembangkan oleh para pedagang. Karena *peuyeum* memiliki kadar gula yang tinggi akibat proses fermentasinya, pembakaran *peuyeum* tidak perlu dilakukan terlalu lama karena akan mudah gosong. Meski demikian, oleh sebagian orang, sisi yang gosong akibat terbentuknya *caramel* ini dianggap merupakan bagian paling nikmat dari *colenak*.

Makanan ini masih dapat ditemui di daerah Bandung dan sekitarnya. Salah satu yang cukup terkenal adalah *Colenak* Murdi Putra yang terletak di Jl. Ahmad Yani no. 733 Cicadas, kurang lebih 200 meter dari Terminal Cicaheum, Bandung.

Colenak Murdi ini sudah ada pada tahun 1930. Rasa nikmat kelas dunia tak hanya dicintai oleh masyarakat Jawa Barat, rasa *colenak* juga diakui oleh Dunia. *Colenak* adalah salah satu makanan khas Indonesia yang dipilih untuk disajikan kepada para pemimpin negara dalam konferensi Asia Afrika pada tahun 1955.

Colenak dikenal juga sebagai *peyeum* bakar terbuat dari *peuyeum* yang pengolahannya secara dibakar. *Colenak* umumnya dipadukan dengan gula jawa berbentuk cair yang sudah dicampur dengan parutan kelapa. Namun kandungan gula dalam *peuyeum* tersebut sebenarnya membuat *peuyeum* tersebut mudah gosong. Tetapi di lidah pada konsumen yang menikmati justru bagian ini yang terenak.

Wisata bukan hanya tentang makan keunikan dari cara membuat *colenak* dapat dijadikan sebagai objek pariwisata. Wisata gastronomi yang dimaksud adalah perusahaan atau rumah produksi *colenak* mengadakan *cooking class* atau *tour kitchen*. Seseorang akan memiliki pengetahuan mengenai asal-usul, sejarah, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan *colenak*. Perkembangan pada perusahaan makanan diimbangi dengan peningkatan kualitas produk. Untuk meningkatkan kualitas produk diperlukan standarisasi kualitas yang menyangkut bahan baku, resep, proses pengolahan dan penyajian yang tepat sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan konsisten. Namun hal ini sering tidak dihiraukan oleh para pengusaha *colenak* itu sendiri. Untuk itu perlu pengkajian mengenai mutu dan kualitas produk untuk menghasilkan *colenak* yang berkualitas menurut teori (Marsum 2005:159). Penulis mengambil penelitian ini karena kurang eksistensi dan minat beli terhadap *colenak* pada saat ini. Oleh sebab itu penulis mengambil judul dari penelitian ini adalah **“KUDAPAN COLENAK SEBAGAI BASIS DAYA TARIK GASTRONOMI SUNDA DI KOTA BANDUNG”**.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang akan muncul pada masalah ini adalah:

1. Bagaimana bahan dan proses pembuatan *colenak* di Kota Bandung ?
2. Bagaimana sejarah, filosofi, dan tradisi *colenak* sebagai kudapan khas Kota Bandung?

3. Bagaimana upaya masyarakat dan pemerintah daerah dalam melestarikan dan menjadikan colenak sebagai salah satu daya tarik gastronomi sunda di Kota Bandung?
4. Bagaimana upaya promosi dan pemasaran colenak ?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui bahan dan proses pembuatan colenak.
2. Untuk mengetahui sejarah, filosofi, tradisi colenak sebagai kudapan khas Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui upaya masyarakat dan pemerintah daerah dalam melestarikan dan menjadikan colenak sebagai salah satu daya tarik gastronomi sunda di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui upaya promosi dan pemasaran colenak di Kota Bandung

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat Akademis ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Secara Teoritis
Upaya untuk mempertahankan makanan tradisional Indonesia yaitu colenak yang berasal dari Jawa Barat perlu dijaga tradisinya dan budaya karena ini menjadi salah satu gastronomi. Yang pada dasarnya penelitian ini bermanfaat bagi keilmuan sebagai bahan riset menjadikan atraksi wisata.
2. Secara Praktik
Penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengalaman dalam melakukan penelitian dengan mengetahui perkembangan dan kemajuan makanan tradisional dalam upaya pelestarian colenak sebagai makanan khas Jawa Barat.

1.4.2. Manfaat Keilmuan

1. Membantu melestarikan makanan tradisional colenak yang menjadi salah satu gastronomi nusantara dan ikut serta dalam menajaga tradisi budaya.

2. Membantu dalam mendokumentasikan salah satu gastronomi.
3. Menjadikan colenak gastronomi sebagai atraksi wisata.