

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu faktor utama yang menguntungkan bagi negara sebab dapat meningkatkan pendapatan negara yang dapat menunjang usaha pariwisata, yang didapat dari mata uang asing yang dikeluarkan oleh wisatawan mancanegara untuk menunjang kegiatan wisatanya. Untuk menarik wisatawan baik nusantara maupun mancanegara, maka diperlukan sarana dan prasarana untuk mempermudah para wisatawan untuk mendapatkan pengalaman wisatanya.

Industri pariwisata menyediakan lapangan pekerjaan yang banyak, sehingga termasuk ke dalam salah satu sektor andalan di Indonesia karena diharapkan memiliki kontribusi dan keuntungan bagi kemajuan ekonomi. Keuntungan tersebut dapat berupa terciptanya lapangan pekerjaan dan peningkatan pendapatan.

Berdasarkan UU No.10/2009, seseorang atau lebih yang melakukan perjalanan wisata serta melakukan kegiatan yang terkait dengan wisata disebut wisatawan. Wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Wisatawan nusantara adalah wisatawan warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan wisata, sementara wisatawan mancanegara ditujukan bagi wisatawan warga negara asing yang melakukan perjalanan wisata.

Menurut UNESCO (2009), untuk mengembangkan kegiatan wisata, daerah tujuan wisata setidaknya harus memiliki komponen-komponen sebagai berikut (Suparwoko, 2010) :

1. Obyek/atraksi dan daya tarik wisata
2. Transportasi dan infrastruktur
3. Akomodasi (tempat menginap)
4. Usaha makanan dan minuman
5. Jasa pendukung lainnya

Kota Bandung saat ini telah menjadi kota wisata yang cukup *popular* dikalangan wisatawan, karena kota Bandung menyediakan sarana wisata yang cukup beragam, mulai wisata alam, wisata buatan, wisata belanja, dan wisata kuliner. Sehingga tidak salah, jika kota Bandung pada saat ini menjadi sebuah kota wisata. Perkembangan kota Bandung menjadi sebuah kota wisata sangatlah pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung semakin meningkat dari tahun ke tahunnya, baik dari wisatawan nusantara maupun dari wisatawan mancanegara.

**Tabel 1.1**  
**Data Kunjungan Wisatawan Kota Bandung Tahun 2008-2011**

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Wisatawan
<b>2008</b>	<b>157.066</b>	<b>2.481.469</b>	<b>2.638.535</b>
<b>2009</b>	<b>168.712</b>	<b>2.928.157</b>	<b>3.096.869</b>
<b>2010</b>	<b>180.603</b>	<b>3.205.269</b>	<b>3.385.872</b>
<b>2011</b>	<b>194.062</b>	<b>3.882.010</b>	<b>4.076.072</b>

*Sumber* : Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2012)

Andy Afriandy Ishak, 2013

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Nusantara terhadap Jajanan Populer Khas Kota Bandung di Wilayah Karees Bandung

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

Dari data Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung cukup pesat peningkatannya, dalam arti lain kota Bandung memiliki potensi wisata yang baik. Perjalanan kota Bandung menjadi kota wisata berkaitan erat dengan sejarah kota Bandung itu sendiri yang dikenal sebagai *Parijs van Java* atau yang dapat diartikan sebagai kota Paris-nya pulau Jawa. Selain itu nilai sejarah dari kota Bandung cukup beragam seperti julukan kota kembang yang merupakan sebutan lain untuk kota ini, karena pada zaman dulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh disana. Pada tahun 2007, *British Council* menjadikan kota Bandung sebagai *pilot project* kota terkreatif se-Asia Timur (Suherman, 2009).

Berdasarkan nilai sejarah tersebut kini kota Bandung dapat dikenal oleh banyak wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Selain itu juga, saat ini kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata dan pendidikan. Dalam bidang pariwisata, kota Bandung dikenal sebagai kota belanja, yang ditunjukkan dengan banyaknya *mall* dan *factory outlet* yang banyak tersebar di kota ini, dan kini kota Bandung juga berangsur-angsur lahir menjadi kota wisata kuliner.

Salah satu jenis wisata yang kini sedang berkembang di masyarakat Indonesia adalah wisata kuliner, karena wisata kuliner ini dapat menarik perhatian banyak wisatawan karena keanekaragaman kulinernya. Wisata kuliner di kota Bandung merupakan salah satu daya tarik wisata yang potensial untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata unggulan di kota Bandung. Wisata kuliner di kota Bandung yang cukup variatif dan inovatif membuat para

wisatawan tertarik untuk mencobanya, hal tersebut berdampak pada meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Bandung setiap tahunnya, ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.2**  
**Data Pendapatan Asli Daerah dari Sektor Makanan, Restoran, dan Kafe di kota Bandung Tahun 2008-2011**

Tahun	Pendapatan Asli Daerah
2008	57.01 Miliar
2009	66.6 Miliar
2010	73.9 Miliar
2011	82.6 Miliar

*Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung (2012)*

Jajanan menurut FAO (*Food and Agriculture Organisation*) didefinisikan sebagai makanan dan minuman yang dipersiapkan dan dijual oleh pedagang kaki lima di jalanan dan di tempat-tempat keramaian umum lain yang langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut (Judarwanto, 2008).

Jajanan tersebut terdiri jajanan yang *popular* maupun jajanan yang sifatnya tradisional. *Popular* disini berupa jajanan yang berasal ataupun berupa serapan dari makanan dari luar negeri yang kemudian menjadi terkenal di wilayah tersebut. Jajanan tradisional merupakan jajanan yang sudah ada dari dahulu hingga saat ini yang merupakan warisan budaya dari nenek moyang

Jajanan popular kini menjadi pilihan bagi konsumen, karena rasa dari jajanan tersebut dinilai lebih sesuai dengan selera konsumen yang sudah terpengaruh oleh budaya barat. Jajanan tersebut berupa jajanan yang berasal dari luar negeri maupun berupa adopsinya yang disesuaikan dengan selera lokal.

**Andy Afriandy Ishak, 2013**

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Nusantara terhadap Jajanan Populer Khas Kota Bandung di Wilayah Karees Bandung

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

Jajanan khas menurut Tarwotjo (1998) diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu jajanan manis dan jajanan asin. Contoh dari jajanan manis yang cukup terkenal di kota Bandung itu sendiri seperti Cendol, Molen, Martabak, dan Brownies Kukus. Sedangkan untuk jajanan asin seperti Batagor, Keripik Pedas Ma'Icih, dan Baso Tahu. Sedangkan menurut Widya Karya Nasional Pangan dan Gizi dalam Mariana (2006) yang dikutip oleh Butar-butar (2005) dapat digolongkan menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Makanan jajanan yang berbentuk panganan, seperti kue kecil-kecil, Pisang Goreng dan sebagainya.
2. Makanan jajanan yang diporsikan (menu utama), seperti Pecel, Mie Bakso, Nasi Goreng dan sebagainya.
3. Makanan jajanan yang berbentuk minuman, seperti Es Krim, Es Campur, Jus Buah dan sebagainya.

Jajanan *popular* khas yang kini menjadi oleh-oleh wajib dari kota Bandung semakin banyak dan beraneka ragam, hal ini juga didukung oleh kreatifitas warga kota Bandung yang selalu membuat inovasi-inovasi terbaru di bidang kuliner sehingga membuat wisata kuliner di kota Bandung semakin variatif dan menjadi sebuah aset di bidang pariwisata kota Bandung.

**Tabel 1.3**  
**Daftar Jajanan Khas Kota Bandung**

No	Nama Jajanan
1	Batagor
2	Mie Kocok
3	Surabi
4	Cendol
5	Pisang Molen
6	Seblak
7	Keripik Pedas
8	Brownies Kukus
9	Martabak Manis

Sumber: Dejul (2012) dan Hasil Pengolahan Data, 2012

Wilayah Pengembangan (WP) Karees merupakan salah satu dari 6 (enam) wilayah pengembangan yang berada di Kota Bandung. Wilayah Pengembangan Karees memiliki peran sebagai kawasan perdagangan dan jasa, perkantoran, permukiman, dan industri. Di wilayah pengembangan Karees juga terdapat kawasan militer sebagai pusat pertahanan dan keamanan Negara Republik Indonesia, dan banyak terdapat juga bangunan-bangunan bersejarah yang terletak di tengah kota Bandung yang juga merupakan aset pariwisata dari kota Bandung.





**Gambar 1.1**  
**Peta Wilayah Administratif Kota Bandung**

Kawasan Bandung Tengah merupakan pusat dari kota Bandung, sehingga penjual jajanan khas kota Bandung banyak tersebar di wilayah ini, hal ini menyebabkan banyak wisatawan mengunjungi kawasan ini sebagai tujuan wisatanya. Hal ini didukung oleh banyaknya bangunan bersejarah yang tersebar di kawasan Karees ini, seperti bangunan dengan gaya *art deco* yang memiliki cita rasa seni yang klasik, hingga bangunan-bangunan yang memiliki nilai-nilai sejarah yang dimilikinya dalam perkembangan kota Bandung hingga menjadi seperti ini. Di samping itu juga pelayanan publik, infrastruktur, dan pelayanan akomodasi di wilayah Karees yang dinilai cukup baik disamping wilayah yang lainnya dapat mendukung wilayah Karees ini sebagai tujuan wisata, khususnya wisata sejarah kota Bandung dan tidak menutup kemungkinan juga wilayah ini menjadi pusat jajanan untuk oleh-oleh dan sentra cenderamata untuk mendukung kegiatan wisata.

**Andy Afriandy Ishak, 2013**

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Nusantara terhadap Jajanan Populer Khas Kota Bandung di Wilayah Karees Bandung

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

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WISATAWAN NUSANTARA TERHADAP JAJANAN KHAS KOTA BANDUNG DI WILAYAH KAREES BANDUNG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

- a. Produk apa saja yang termasuk ke dalam produk jajanan *popular* khas Bandung di Wilayah Karees?
- b. Bagaimana gambaran mengenai minat wisatawan nusantara terhadap jajanan popular khas kota Bandung?
- c. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat wisatawan nusantara terhadap jajanan *popular* khas Bandung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui produk jajanan mana yang *popular* menurut wisatawan nusantara di Wilayah Karees.
- b. Untuk mengetahui gambaran mengenai minat wisatawan nusantara terhadap jajanan popular khas kota Bandung.
- c. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan nusantara dalam memilih jajanan *popular* khas Bandung.

**Andy Afriandy Ishak, 2013**

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Nusantara terhadap Jajanan Populer Khas Kota Bandung di Wilayah Karees Bandung

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



#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara ilmiah dan juga manfaat praktisnya.

##### a. Kegunaan Ilmiah

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai perkembangan dunia pariwisata, khususnya di Wilayah Karees pada saat ini melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang penulis peroleh dari bangku kuliah dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi serta melatih kemampuan analisis dan berpikir sistematis.

##### b. Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat melestarikan jajanan *popular* khas Bandung yang merupakan bagian dari kearifan lokal Kota Bandung dan sebagai acuan untuk menata produk jajanan *popular* khas Bandung agar lebih baik dan dapat meningkatkan pendapatan daerah kota Bandung. Penelitian ini pun semoga dapat menjadi salah satu bahan panduan bagi badan pemerintahan yang bertindak di bidang pariwisata untuk mengembangkan potensi wisata di kota Bandung.