

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang memiliki peluang untuk meningkatkan ekonomi di Indonesia. Begitu banyak faktor pendukung yang dapat menjadikan Indonesia terdepan dalam sektor Pariwisata dari keragaman budaya, kondisi alamiah dan makanan tradisional yang berlimpah. Suasana destinasi yang memberikan kesan nyaman dan aman bagi para wisatawan yang berkunjung pun memberi nilai tambah sendiri pada sektor Pariwisata di Indonesia. Setiap tahunnya wisatawan banyak yang berdatangan ke Indonesia, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia mencapai 11,62 juta pada bulan Januari-Oktober 2017.

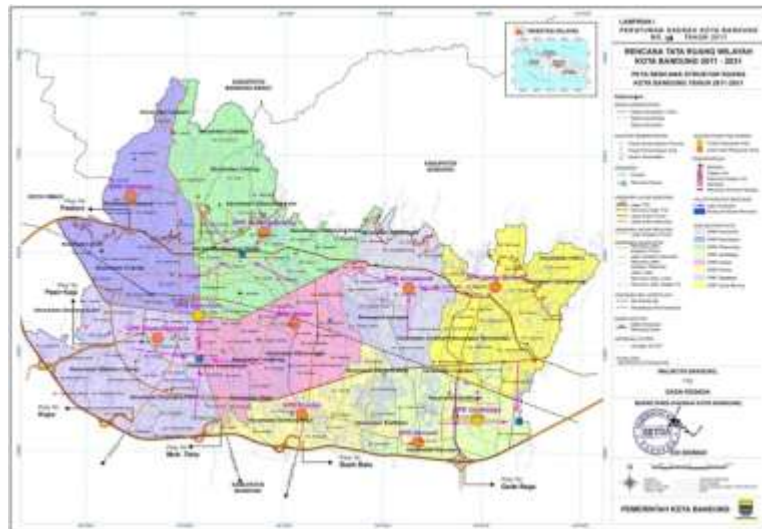
Perkembangan pariwisata ada karena gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum pernah dialami, seperti menjelajah wilayah yang belum pernah di datangi, merasakan makanan yang belum pernah dirasakan, mencari suasana yang berbeda dari kehidupan sehari-hari semua itu dilakukan untuk mencari pengalaman dan perjalanan baru. Prof. K. Krapf dan Prof. Hunziker (dalam Yoeti, 2008:177) mengungkapkan pariwisata adalah keseluruhan gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan pendiaman itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara.

Wisata gastronomi merupakan salah satu wisata yang menarik untuk dikembangkan. Menurut Turgarini (2015:3) sementara gastronomi dikaitkan dengan pariwisata, gastronomi merupakan salah satu komponen dalam wisata kuliner yang sama pentingnya dengan anggaran seorang wisatawan. Dalam hal ini, wisatawan

mencari makanan bukan hanya untuk bertahan hidup dan menghindari sakit tapi juga karena ingin memahami daerah tersebut.

Bandung yang terletak diantara 107° Bujur Timur dan $6^{\circ}55'$ Lintang Selatan merupakan salah satu kota yang selalu masuk lima besar dari peringkat aspek pendukung bisnis pariwisata di tahun 2016. Ibu kota Provinsi Jawa Barat ini, memiliki tingkat wisatawan yang tinggi setiap tahunnya. Kota Bandung mencakup 8 sub kewilayahan yaitu Bojonegara, Cibeunying, Tegalega, Karees, Kordon, Gedebage, Arcamanik dan Ujungberung.

Gambar 1.1 Peta Subkewilayahan Kota Bandung



Sumber : Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembang Kota Bandung (2011)

Setiap tahunnya wisatawan yang datang ke Kota Bandung selalu mengalami peningkatan baik itu wisatawan mancanegara yang berkunjung atau pun wisatawan domestik.

Tabel 1.1 Data Wisatawan Kota Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225 585	6 487 239	6 712 824
2012	176 855	5 080 584	5 257 439
2013	176 432	5 388 292	5 564 724
2014	180 143	5 627 421	5 807 564
2015	183 932	5 877 162	6 061 094
2016	173 036	4 827 589	5 000 625

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung (2016)

Berdasarkan dari data tabel 1.1, wisatawan yang datang ke Bandung tiap tahunnya cukup banyak dan angka wisatawan domestik lebih dominan dibandingkan mancanegara. Wisatawan Domestik merupakan wisatawan yang datang dari dalam negeri yang berarti penduduk Indonesia yang terdiri dari berbagai latar belakang datang ke Bandung.

Tabel 1.2 Data Penduduk Indonesia Menurut Agama yang di anut

Agama	Jumlah Penduduk	Persentase
Islam	207.176.162	87,18%
Kristen	16.528.513	6,96%
Katholik	6.907.873	2,90%
Hindu	4.012.116	1,96%
Budha	1.703.254	0,72%
Kong Hu Chu	117.091	0,05%
Lainnya	299.617	0,13%
Tidak Terjawab	139.582	0,06%
Tidak Dinyatakan	757.118	0,32%
Jumlah	237.641.326	100%

Sumber: Data Sensus Penduduk 2010 - Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Dari sisi agama sendiri menurut hasil sensus tahun 2010, mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam sehingga ada kemungkinan bahwa wisatawan domestik muslim di Bandung cukup tinggi.

Salah satu yang menjadi perhatian berbagai Negara dan Indonesia adalah *Halal Tourism*. *President Islamic Nutrition Council of America*, Muhammad Munir Caudry, menjelaskan bahwa wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umrah dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveller muslim. (Aan Jaelani : *Industri Halal di Indonesia : Potensi dan Prospek*, 2017)

Kota Bandung memiliki kriteria dan karakteristik untuk menjadi kota warisan budaya gastronomi yang sudah diakui oleh internasional dengan banyak restoran dan tempat makan lainnya yang menjadi kegiatan wisata gastronomi dengan nilai budaya dan kulturalnya (Turgarini, 2018:54)

Banyaknya wisatawan domestik muslim yang datang ke Bandung dan wisata gastronomi merupakan salah tujuan utama wisatawan yang datang, bila itu terjadi maka permintaan *Halal Food* akan tinggi juga. Dilihat dari perspektif Islam, konsep halal merupakan hal yang sangat penting bagi seorang muslim. Untuk itu seorang muslim pasti akan mencari produk yang sesuai dengan ajaran Islam. Kesadaran halal sangatlah dibutuhkan para wisatawan domestik terutama bagi yang muslim, agar wisatawan tetap bisa menikmati produk jajanan khas Bandung dengan tetap menjalankan syariat islam.

Tabel 1.3 Data Jajanan Khas Populer Kota Bandung

No	Nama Makanan	Jumlah
1	Seblak	19
2	Batagor	10
3	Siomay	9
4	Surabi	8
5	Peyeum	6
6	Cimol	6
7	Lotek	5
8	Cuanki	5
9	Mie Kocok	4
10	Cilok	4

Sumber : Hasil pengolahan data (2018)

Bandung merupakan kota yang memiliki banyak sekali jajanan populer khas yang menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke Bandung, berdasarkan data tabel 1.5 terdapat sepuluh besar jajanan khas Bandung yang datanya didapat dari hasil dari pra-penelitian. Jajanan khas Bandung ini di presepsikan sebagai produk yang halal karena bahan bakunya yang tidak mengandung bahan-bahan yang haram.

Bagian terpenting dari *Halal Tourism* adalah *Halal Food*. Hal ini diakibatkan kebutuhan umat Islam untuk mengonsumsi makanan-makanan yang sudah terjamin kehalalannya terutama dalam hal bahan baku. Namun dengan banyaknya variasi makanan yang menjamur di Indonesia membuat pandangan beberapa orang dalam membeli makanan halal berbeda-beda. Bagi seorang muslim, makanan bukan hanya tentang kualitasnya yang baik tapi juga harus terjamin kehalalannya, semua makanan adalah halal kecuali yang disebutkan didalam Al-Qur'an. Untuk konsumen non-muslim sendiri makanan halal sendiri bisa dijadikan patokan untuk kebersihan, kualitas dan keamanan produk.

Wilayah Karees dan Tegalega sering dikunjungi wisatawan karena lokasi ini sudah memiliki citra tersendiri bagi wisatawan. Daerah ini memiliki perannya masing-masing yang membuatnya memiliki daya tarik tersendiri. Wilayah Karees dan Tegalega merupakan daerah yang berperan sebagai kawasan wisata, industri dan

perdagangan di Kota Bandung, berbagai industri yang ada di Karees dan Tegalega membuat wisatawan berkunjung ke wilayah tersebut salah satu industri yang paling digemari wisatawan adalah industri kulinernya. Karena, wilayah Karees dan Tegalega memiliki banyak tempat kuliner yang menjual berbagai produk jajanan populer khas Bandung yang digemari oleh wisatawan.

Berdasarkan hasil survey awal yang didapatkan dari lapangan terdapat lima puluh jajanan populer khas Bandung yang ada di wilayah Karees dan Tegalega, terdapat berbagai jenis jajanan yang dari mulai jajanan yang asli berasal dari Bandung seperti Batagor Burangrang, Batagor riri, Batagor Hj. Isan, dan Siomay Tulen yang sudah sangat terkenal bahkan sampai ke luar kota dengan batagor dan siomaynya.

Selain itu juga ada Elizabeth yang terkenal dengan Es Cendolnya, Mie Kocok Pak Hj. Ade, Lontong Kari Kebon Karet, Bakso Panghegar, dan Bajigur Bandrek Two AA. Di daerah Karees dan Tegalega pun terdapat beberapa jajanan populer yang berasal dari daerah lain seperti Bakso Malang Enggal, Bakso Malang Langgeng, Kupat Tahu Singaparna, Soto Ayam Bangkok khas Semarang dan Mie Tasik.

Berdasarkan latar belakang diatas, Maka peneliti berniat meneliti tentang **“KESADARAN WISATAWAN DOMESTIK TERHADAP PRODUK JAJANAN POPULAR HALAL KHAS DI KOTA BANDUNG.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, perumusan dalam masalah ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kesadaran halal wisatawan domestik Karees dan Tegalega terhadap produk jajanan halal khas kota Bandung?
2. Bagaimana tingkat kesadaran halal wisatawan domestik di wilayah Karees dan Tegalega terhadap produk jajanan halal khas kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kesadaran halal wisatawan domestik Karees dan Tegalega terhadap produk jajanan halal khas kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat kesadaran halal wisatawan domestik di tingkat kesadaran halal wisatawan domestik di wilayah Karees dan Tegalega terhadap produk jajanan khas kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian berkenaan dengan manfaat dari hasil penelitian ini, yaitu :

a. Manfaat Teoristis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai kesadaran halal wisatawan domestik khususnya disekitar wilayah Karees dan Tegalega pada saat ini melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang penulis peroleh dari bangku kuliah dan sumber-sumber literature yang penulis baca.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi media bagi peneliti dalam menambah bidang penelitian dan menambah pemahaman mengenai tema yang difokuskan.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan untuk penilain objektif dan masukan bagi praktisi agar kedepannya lebih memperhatikan hal-hal yang disebutkan dalam penelitian ini.