

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung sejak dulu telah dikenal sebagai kota wisata yang mana aktivitas wisata sudah ada sejak zaman kolonial. Pada mulanya, Kota Bandung merupakan kota singgah bagi para tuan tanah yang memiliki perkebunan di sekitar Priangan. Kemudian, dari hal tersebut Bandung semakin ramai dikunjungi oleh para bangsawan. Kehadiran kawasan jalan Braga pada tahun 1920 an sebagai pusat budaya Eropa di Hindia, semakin memperkuat daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Bandung, ditambah dengan image Kota Bandung sebagai *Parijs Van Java*.

Selanjutnya, dengan segala potensi wisata yang ada, pariwisata Kota Bandung terus berkembang. Kemudian, pada tahun 1980-an pariwisata merupakan sektor penting bagi perekonomian Kota Bandung (Tanuwidjaja, 2005). Sektor pariwisata berkontribusi sebesar 40% terhadap pendapatan Kota Bandung (Sutrisno, 2012). Bandung memang menjadi tempat favorit wisatawan untuk berlibur, cuacanya yang sejuk dan pemandangannya yang indah menjadi daya tarik sendiri. Khususnya bagi warga Jakarta, Bandung merupakan tempat yang strategis untuk menjadi tujuan wisata karena jaraknya yang dekat. Terlebih setelah munculnya tol Cipularang yang menghubungkan Jakarta-Bandung pada tahun 2005 membuat waktu tempuh perjalanan lebih singkat. Sebelum jalan tol ini berfungsi, jika hendak ke Bandung paling tidak harus menginap. Tetapi saat ini, perjalanan bisa dilakukan pulang-pergi dan ongkos berlibur pun bisa lebih hemat.

Selanjutnya sebagai sebuah kota wisata, pembangunan fasilitas pendukung pariwisata meningkat seiring dengan pengembangan aktivitas wisata di Bandung. Hingga akhirnya pada saat ini banyak fasilitas-fasilitas baru seperti tempat belanja dan kuliner serta hiburan dan produk jasa lainnya yang hadir di Bandung. Pada awalnya, aktivitas wisata yang terkenal di Bandung adalah wisata alam dan budayanya. Namun saat ini, wisata belanja dan kuliner telah melekat sebagai *image* Kota Bandung. Hal tersebut merupakan dampak dari evolusi *urban tourism* di Kota Bandung (Wardhani, 2012). *Urban tourism* pada dasarnya dapat dikaitkan dengan aktivitas perkotaan, salah

satunya seperti kuliner. Di Bandung sendiri, kuliner telah menjadi bagian penting aktivitas wisata saat ini. Perkembangan industri kuliner saat ini dapat dibidang tumbuh dengan pesat, tak terkecuali bisnis restoran. Saat ini, kuliner dapat dibidang merupakan sektor yang menjanjikan bagi para pengusaha untuk mengepakan sayap bisnisnya. Seiring dengan perubahan gaya hidup, makan di restoran menjadi sebuah tren di tengah masyarakat. Restoran saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan saja. Orang saat ini banyak melakukan berbagai hal di restoran seperti, mengerjakan tugas, rapat, silaturahmi, mencari inspirasi dan lain-lain. Oleh karena itu jumlah restoran di Bandung terus meningkat setiap tahunnya seperti tabel yang ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 1. 1
Jumlah Restoran Kota Bandung Tahun 2008-2016

No	Tahun	Jumlah Restoran	Persentase Kenaikan
1	2008	415	-
2	2009	431	3,85
3	2010	439	1,85
4	2011	512	16,62
5	2012	543	6,05
6	2013	629	15,83
7	2014	653	3,81
8	2015	759	16,2
9	2016	795	4,74

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung

Dari data **Tabel 1.1** diatas menunjukkan bahwa jumlah restoran di Bandung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sejak tahun 2008 sampai 2016. Pada tahun 2010 mengalami persentase kenaikan terkecil sebesar 1,85% dan persentase kenaikan terbesar terjadi tahun 2011 sebesar 16,62%.

Sebagai pusat kota kreatif di Indonesia banyak hal menarik yang dapat ditemukan di kota Bandung, tak terkecuali sektor kulinernya. Banyak inovasi makanan yang bermula di Bandung. Selain itu, konsep restoran atau café unik ala instagramable juga banyak ditemukan di kota ini. Gaya hidup perkotaan dan tren masyarakat saat ini sangat mendukung bertumbuhnya restoran termasuk merek restoran ternama yang

memilih Bandung sebagai tempat cabang gerainya. Selain itu, Bandung sering disinggahi oleh wisatawan untuk berwisata. Dengan destinasi wisata belanjanya yang murah meriah, wisata heritaganya yang penuh sejarah dan wisata alamnya yang menakjubkan para wisatawan berbondong-bondong datang ke Bandung. Dengan ramainya wisatawan, bisnis kuliner tentu ikut kecipratan demi melayani kebutuhan isi perut para wisatawan tersebut.

Bandung telah dijuluki sebagai kota wisata kuliner sejak tahun 1940 karena Bandung memiliki jumlah restoran terbanyak se-Indonesia pada saat itu (Kardigantara & Andar, 2007). Namun sebelum itu gaya hidup berkuliner diawali saat kemunculan dua restaurant yaitu *Maison Bogerijen* tahun 1930 dan restaurant *Het Sneuphuis* tahun 1929. Kedua tempat itu, di masa lalunya hanya dikunjungi oleh orang-orang Belanda dan Eropa lainnya. Kalangan pribumi, terbatas pada orang-orang tertentu saja yang mampu bisa jajan dan makan enak di sana. (Suganda, 2008). Hebatnya dua restaurant tersebut masih berdiri hingga saat ini namun, sudah berganti nama sesuai kebijakan pemerintah era Soekarno terkait nasionalisasi semua perusahaan peninggalan Belanda di Indonesia.

Saat ini jumlah restoran dan café di Bandung terus berkembang hingga ratusan jumlahnya. Dapat dibilang restoran bukan hanya sekedar fasilitas penunjang wisata namun, telah menjadi atraksi utama wisata di Kota Bandung. Masyarakat dan wisatawan berbondong-bondong untuk berkulineran dan menjajaki setiap restoran dan café yang ada di Bandung, karena dapat dibilang restoran dan café di Bandung populer dan unik sehingga menarik untuk dikunjungi. Restoran dan café tumbuh pesat tiap tahun, inovasi makanan minuman pun terus bermunculan. Berbagai jenis menu makanan dapat dijumpai di Bandung, mulai dari makanan khas Nusantara sampai *western*. Bahkan makanan unik dan legendaris dapat ditemukan sebagai bagian dari kuliner Kota Bandung.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardhani (2012) didasari oleh fenomena modernisasi yang cenderung menggeser aktivitas wisata di Kota Bandung. Hasil studi tersebut menemukan bahwa banyak fasilitas yang semula merupakan sarana pendukung wisata seperti restoran, pusat belanja dan pusat hiburan menjadi daya tarik

utama wisata di Kota Bandung. Kemudian, penelitian yang penulis lakukan berfokus pada apa yang mempengaruhi perkembangan restoran sehingga menjadi daya tarik utama dan seperti apa pola persebarannya dari masa kolonial hingga kini. Hal tersebut, merupakan celah antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani, 2012). Selanjutnya, penelitian ini didukung oleh penemuan Sparks, Bowen, & Klag (2003) yang mengungkapkan bahwa restoran merupakan atribut penting sebuah destinasi wisata dan keberadaan restoran mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut

Berdasarkan uraian di atas, hal tersebutlah yang menjadi latar belakang penelitian ini dengan judul ‘Analisis Faktor Pertumbuhan dan Perkembangan Restoran di Kota Bandung’

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan restoran di Bandung?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi perkembangan restoran di Bandung?
3. Bagaimana pola persebaran pertumbuhan restoran di Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis elemen dan fenomena yang mempengaruhi perkembangan restoran di Kota Bandung.
2. Menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan restoran di Kota Bandung.
3. Menganalisis pola persebaran restoran di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan tentang perkembangan pariwisata di Bandung

- b. Dengan harapan dapat menambah sedikit wawasan tentang perkembangan restoran di Kota Bandung

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Harapan penelitian ini dapat menjelaskan proses perkembangan restoran di Kota Bandung
- b. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi gelar sarjana di program studi Manajemen Resort & Leisure Universitas Pendidikan Indonesia.

1.4.3 Manfaat Akademis

- a. Dapat menambah ilmu pengetahuan kepariwisataan baik secara teoritis, praktis dan akademis.
- b. Menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dan pengetahuan bagi pembaca.