

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata atau *tourism* adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya (Meyers, 2009 dalam Suwena dan Widyatmaja, 2010 h.15). Wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata untuk mencari pengalaman dan kepuasan yang bersifat psikis dan fisik (Goeldner and Ritchie dalam Antariksa, 2011). Ada setidaknya sembilan motivasi untuk melakukan perjalanan wisata menurut R.W. McIntosh yaitu *Pleasure; relaxation, rest and recreation; health; participation in sports; curiosity and culture; ethnic and family; spiritual and religious; status and prestige; professional and business.* (R.W. McIntosh dalam Antariksa, 2011).

Aktivitas pariwisata dunia selama sebelas tahun, sejak tahun 1996 hingga 2016, mengalami peningkatan yang pesat. Tahun 2016, angka keberangkatan mencapai 1.459 milyar, meningkat dari 630 juta keberangkatan pada tahun 1995. Pada tahun yang sama, angka kedatangan pariwisata dunia mencapai 1.245 milyar, meningkat dari 524 juta pada tahun 1995.

Demikian juga yang terjadi di Indonesia dan negara-negara di Asia Tenggara lain. Kedatangan turis ke Indonesia pada tahun 2016 mencapai 11.519.000, naik dari 4.324.000 pada tahun 1995, meningkat kurang lebih 7 juta kedatangan. Dalam rentang tahun yang sama, Singapura meningkat

sekitar dua kali lipat dari 6.070.000 menjadi 12.914.000. Negara Malaysia meningkat dari 7.469.000 menjadi 26.757.000, naik 19 juta kedatangan. Negara Thailand juga mengalami kenaikan sekitar 25 juta kedatangan, dengan rincian 6.952.000 menjadi 32.530.000.

Dari sisi penerimaan uang, terhitung dalam USD, Thailand mengalami kenaikan sangat pesat, tahun 1995 penerimaan dari pariwisata senilai 9.257 juta USD, naik menjadi 52.465 juta USD pada tahun 2016, kenaikan sebesar kurang lebih 43.000 juta USD. Malaysia juga mengalami kenaikan sebesar kurang lebih 13.000 juta USD, dari 5.044 juta USD menjadi 18.084 juta USD. Singapura juga mengalami peningkatan sebesar kurang lebih 11.000 juta USD, naik dari 7.611 juta USD menjadi 18.386 juta USD. Indonesia juga mengalami kenaikan sebesar kurang lebih 7.000 juta USD, naik dari 5.229 juta USD menjadi 12.599 juta USD.

Secara umum, dari data tersebut dapat diasumsikan bahwa pengeluaran turis yang berkunjung ke suatu negara dapat dihitung dari jumlah pendapatan negara di bidang pariwisata dibagi dengan jumlah kedatangan turis yang berkunjung. Pada tahun 2016, turis yang berkunjung ke Thailand bersedia mengeluarkan uang sebanyak 1.612,81 USD dalam kunjungannya ke negara tersebut. Pada tahun yang sama turis yang berkunjung ke Singapura rata-rata bersedia membelanjakan uangnya sebanyak 1.423,74 USD. Di Indonesia turis rela mengeluarkan 1093,75 USD dalam sekali kunjungannya dan di Malaysia turis rela mengeluarkan uang sebanyak 675,86 USD saat berkunjung ke negara tersebut.

Jauhnya perbedaan antara kunjungan turis ke Indonesia dengan negara-negara lain di ASEAN, seperti Thailand, Malaysia dan Singapura

kemungkinan terjadi karena belum dimaksimalkannya potensi wisata yang dimiliki oleh Indonesia. Di sisi lain, Indonesia kaya akan potensi wisata. Potensi wisata Indonesia diantaranya adalah kekayaan alam, keramahan penduduk, kebudayaan dan berbagai macam kuliner yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Setiap daerah memiliki ciri khas kulinernya masing-masing.

Tahun 2017, situs Booking.com melakukan survei dengan 19.000 pelancong atau *traveller* dari 26 negara. Survey tersebut menyatakan bahwa 41% *traveler* memasukkan destinasi makanan dan minuman baru pada rencana perjalanan mereka di tahun 2018, prosentase ini naik dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sampai 19% saja. Survei ini juga menunjukkan bahwa 64% *traveler* menyatakan keinginan mereka untuk bisa menikmati makanan lokal di setiap destinasi yang dikunjungi, 22% *traveler* menyatakan rencananya untuk pergi ke tujuan destinasi kulinernya saja, 25% *traveler* menyatakan bahwa mereka sengaja menghindari destinasi yang tidak memiliki daya tarik kuliner sama sekali. Dari survey tersebut diketahui peningkatan minat turis terhadap makanan lokal semakin tinggi dan ini akan terus berlanjut. Dari survei tersebut dapat diasumsikan bahwa kuliner saat ini bukan lagi menjadi aspek pendukung kegiatan wisata. Namun berdiri sendiri menjadi jenis wisata baru. Telfer & Wall (2000) dalam Sengel et al, 2015, juga melaporkan bahwa turis menghabiskan sepertiga dari total pengeluarannya untuk makanan, hal ini mencerminkan pentingnya konsumsi makanan dalam pariwisata.

Dalam pariwisata, kuliner atau makanan sudah tidak hanya menjadi sesuatu yang dibutuhkan untuk bertahan hidup, namun lebih kepada

manfaatnya yang menambah pengalaman perjalanan secara keseluruhan (Chang et al, 2010). Wisata kuliner merupakan pengalaman sensory yang menyenangkan yang memenuhi sebagian dari pengalaman berwisata, hal tersebut menawarkan faktor kesenangan yang mendorong wisatawan untuk pergi ke suatu tempat tujuan (Kivela & Crotts, 2006 dalam Chang et al, 2010). Hal ini menjadi peluang besar dalam mengembangkan kuliner pariwisata atau *food tourism*. Makanan adalah faktor utama kepuasan (Smith and Hall, 2003) dan intensitas untuk melakukan kunjungan kembali (Kim et al, 2011, dalam Updhyay 2013). Hal yang termasuk dalam wisata kuliner, dalam Sengel et al, adalah wisata yang memiliki tujuan untuk berkunjung ke produsen makanan baik primer dan sekunder, festival makanan, restoran dan lokasi tertentu atau mencicipi hidangan dari koki tertentu (Hall & Mitchell, 2001; Kim, Duncan & Jai, 2013; Marzo-Navaro & Pedraja-Iglesias, 2012; Wagner, 2001).

Saat pengalaman wisata kuliner dan gastronomi dipadukan untuk dipromosikan oleh destinasi wisata sebagai atraksi yang terkombinasi, (Kivela, 2011) dapat meningkatkan keinginan wisatawan untuk datang ke suatu destinasi, dibandingkan bila promosi yang dilakukan hanya pada satu aspek saja, misalkan hanya wisata kuliner atau gastronomi. Maka keinginan untuk berkunjung ke suatu destinasi telah dibangkitkan. Kekhawatiran dengan makanan lokal yang asing dan tidak familiar menjadikan masalah besar bagi beberapa wisatawan, terutama pada turis yang berkunjung bersamaan (Cohen, 1972 dalam Chang 2010) atau turis

yang psikosentrik<sup>1</sup> (Plog, 1974 dalam Chang 2010) dan makanan lokal dapat diterima oleh wisatawan hanya jika ditransformasikan dalam bentuk tertentu (Chang et al, 2010).

Negara-negara ASEAN seperti Thailand memiliki kuliner yang sudah terkenal ke seluruh dunia (Sunanta, 2005). Makanan Singapura terkenal dengan makanan jalannya yang sangat diperhatikan pemerintah singapura sebagai ikon identitas nasional (Tarulevicz, 2017). Selain itu, Makanan lokal Malaysia (restoran dan pengaturan jalan) juga dianggap sebagai salah satu atraksi penting bagi wisatawan yang bermaksud mengunjungi tujuan tertentu (Yusoff et al, 2013 dalam Rahman et al, 2018). Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas kulinernya masing-masing. Indonesia memiliki setidaknya 300 suku dan etnis dengan bahan dan budaya makan yang khas disetiap sukunya (Nirwandar, 2014). Salah satu yang menjadi tujuan wisata di Indonesia adalah Yogyakarta. Selain gudeg, Yogyakarta juga memiliki banyak makanan lain, seperti Oseng-oseng, Jangan Bobor, Trancam, Sayur Asem dan lain-lain.

Maka, sebagai negara yang memiliki kekayaan kuliner, Indonesia sebaiknya segera memulai untuk mengakomodir keinginan turis dan kebutuhan untuk meningkatkan pariwisata kuliner.

Kuliner Indonesia yang bagaimanakah yang akan ditampilkan untuk menunjang pariwisata Indonesia? Tentunya sisi kuliner yang sesuai dengan harapan turis saat berkunjung ke Indonesia. Maka, untuk mengetahuinya

---

<sup>1</sup> Turis yang self inhibiting, nervous dan kurang mau menjelajahi, berkebalikan dengan turis allocentric yang lebih percaya diri dan senang berpetualang.

perlu dilakukan penelitian terhadap bagaimanakah harapan turis terhadap makanan lokal saat mereka berkunjung ke Indonesia.

Dengan banyaknya kunjungan turis dan makanan khas di Yogyakarta, menjadikan Yogyakarta menjadi salah satu kota yang berpotensi untuk menunjang wisata kuliner di Indonesia. Maka sebaiknya perlu diketahui bagaimana selera atau preferensi turis asing terhadap makanan Indonesia khususnya di Yogyakarta. Hal ini perlu dilakukan agar dapat mengakomodir keinginan turis saat mencari kuliner di Yogyakarta. Hal tersebut sebagai usaha untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia khususnya di Yogyakarta. Tamansari dan sekitarnya merupakan kawasan yang banyak dikunjungi turis di Kota Yogyakarta. Sehingga akan mudah untuk bisa berinteraksi dan melakukan survei di area tersebut. Selain itu lokasi tersebut tidak memiliki area yang terlalu luas sehingga mudah untuk dijangkau.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat beberapa masalah yang muncul, diantaranya sebagai berikut:

1. Masih rendahnya jumlah kunjungan wisata ke Indonesia, dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya.
2. Belum maksimalnya pemanfaatan kekayaan kuliner Indonesia dalam usaha peningkatan kunjungan wisata ke Indonesia.
3. Kuliner Indonesia kalah populer dikancah Internasional dibanding dengan Negara Asia Tenggara lainnya.
4. Pengeluaran Turis di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan pengeluaran turis di negara lain.

### **C. Batasan Masalah**

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia lebih sedikit dibandingkan dengan negara sesama Asia Tenggara serta pengeluaran turis saat berkunjung ke Indonesia juga lebih rendah dibanding pengeluaran turis saat berkunjung ke negara lain di Asia Tenggara. Padahal potensi yang dimiliki oleh Indonesia, terutama bidang kuliner, tidak kalah dengan negara Asia Tenggara lain, selain itu pemerintah juga sudah berusaha dalam mempromosikan wisata kuliner Nusantara. Dari dua keadaan tersebut maka perlu diketahui harapan dan kriteria turis ketika memilih makanan lokal di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kunjungan dan pendapatan negara dari pengeluaran turis di Indonesia. Data penelitian ini diambil di lokasi wisata Tamansari, Yogyakarta.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik turis yang berkunjung ke Indonesia?
2. Bagaimana pendapat turis asing terhadap makanan Indonesia?
3. Kriteria apa saja yang menjadi pertimbangan turis dalam memilih makanan saat berkunjung ke Indonesia?

### **E. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui karakteristik turis yang berkunjung ke Indonesia.
2. Mengetahui pendapat turis asing terhadap makanan Indonesia
3. Mengetahui kriteria yang menjadi pertimbangan turis dalam memilih makanan saat berkunjung ke Indonesia.