

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Makanan merupakan kebutuhan primer manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Makanan juga merupakan elemen untuk bertahan hidup (Lowenberg, 1970 dalam Guzel & Apaydin, 2016:1). Makan merupakan salah satu aktivitas kebutuhan fisik. Terlepas dari hal itu, makanan juga berkaitan erat dengan sektor lainnya. Seperti sektor pariwisata dan sektor industri makanan dan minuman (Kastenholz & Davis 1999; Gyimothy et al., 2000; Joppe et al., 2001 dalam Guzel & Apaydin, 2016:1). Makanan selain menjadi hal yang mendasar di dalam pariwisata, juga merupakan elemen penting bagi wisatawan yang menjadi salah satu pasar utama untuk industri masakan lokal (Dodd, 2011; Hjalager dan Richards, 2002 dalam Ketaren, 2017:96).

Hal ini dapat dilihat dari data United Nation of World Tourism Organization (UNWTO) yang dikutip dari Laporan Dialog Gastronomi Nasional tahun 2015:23, 30 persen pendapatan pariwisata berasal dari wisata gastronomi. Gastronomi sendiri merupakan seni memasak dan ilmu yang menghubungkan antara makanan dan sejarah (Johns & Clarke, 2001:334; Johns & Kivela, 2001:5). Gastronomi juga memiliki peran penting dalam kegiatan kepariwisataan dan pemasaran destinasi. (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2016 a; Boyne, Hall, & Williams, 2003; Mason & Paggiaro, 2012; Renko, Renko, & Polonijo, 2010 dalam Özdemir & Seyitoğlu, 2017:1).

Gastronomi mempunyai peranan penting dalam pengalaman pengunjung yang membantu untuk meningkatkan pengalaman dalam berwisata, selain hanya menjadi makanan yang dibutuhkan agar tetap sehat dan berkembang dengan baik (Chaney & Ryan, 2012:309). Gastronomi saat ini merupakan faktor penentu dalam menarik wisatawan ketika mereka memilih destinasi. Wisata gastronomi dapat menjadi wisata alternatif itu sendiri, selain itu juga dapat menjadi sebuah aktivitas pendukung di sebuah destinasi (Shenoy, 2005:1071; Kivela & Crotts, 2006:375; Ulusoy, 2008:151).

Wisata gastronomi bisa dikatakan juga sebagai bentuk evolusi dari wisata kuliner. Evolusi yang bertujuan untuk mempertahankan keberadaan suatu makanan dan memperluas pasar. Wisatawan tidak hanya sekedar menikmati kuliner, tapi juga memiliki motivasi yang kuat untuk mengetahui sisi budaya atau filosofi di balik makanan. Terutama, makanan lokal yang tidak hanya dilihat sebagai adat atau kebiasaan, tetapi juga sebuah ikon dari suatu daerah (Bessiere, 1998:750). Wisata gastronomi dianggap sangat penting yang dapat membuat perjalanan wisata menjadi sangat menarik, membantu destinasi dikenal dan mendapat reputasi yang bagus (Caliskan, 2013: 39). Dengan pandangan ini, wisata gastronomi menjadi sebuah indikator penting dari destinasi yang berhubungan dengan apa, dimana, kapan dan dengan siapa mereka makan (Karim, 2006:86; Sahin, 2015: 79).

Berdasarkan data dari *The World Economic Forum* (WEF) 2015 dalam *Second Global Report on Gastronomy Tourism* 2017:81, Sumber daya alam dan budaya di Indonesia menempati posisi tertinggi (#17) di luar negara Asia Tenggara. Karena Indonesia memiliki pulau lebih dari 17.000; 1.340 suku; 2.500 jenis ikan laut; 2.184 jenis ikan air tawar; 40.000 jenis tanaman; dan 52 jenis tumbuh-tumbuhan. Dapat

disimpulkan bahwa 17% dari spesies dunia ada di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, Indonesia sebagai negara dengan banyak gugusan pulau yang memiliki budaya dan makanan yang beragam sangat berpotensi untuk mengembangkan wisata gastronominya.

Hal ini dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017, distribusi pengeluaran wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2016 sebesar 20% digunakan untuk makan dan minum. Kemudian, survei khusus ekonomi kreatif tahun 2017, sektor kuliner mendapatkan peringkat tertinggi sebesar 43% dalam kontribusi kuliner dan belanja terhadap ekonomi Indonesia tahun 2017. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa wisata gastronomi dapat menjadi potensi menjanjikan di Indonesia dan dapat menjadi aspek penting dalam pariwisata untuk menarik wisatawan (Horng & Tsai, 2010:74). Maka dari itu, Kementerian Pariwisata juga membuat program percepatan wisata kuliner dan belanja sebagai salah satu daya tarik dalam pariwisata. Dengan menargetkan 35% wisatawan mancanegara datang karena wisata gastronomi di Indonesia, dan diharapkan dapat memberi kontribusi hingga 60% bagi produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2030.

Untuk mencapai target tersebut, pada tahun 2019 Ubud Bali ditetapkan sebagai kota pertama untuk prototipe destinasi wisata gastronomi. Ubud Bali dipilih sebagai prototipe karena telah memiliki standar yang menjadi tolak ukur sebagai destinasi wisata gastronomi. Dalam Yanthy dan Aryanti, (2019:98) menyatakan bahwa Ubud memiliki banyak keunikan dari makanan lokalnya dan Ubud Bali telah memenuhi lima kriteria standarisasi untuk Destinasi Gastronomi UNWTO di antaranya adalah produk lokal, gaya hidup, budaya dan sejarah, cerita di balik makanan, serta nutrisi dan

kesehatan. Selain itu, Roberta Garibaldi, *lead expert* UNWTO mengatakan bahwa destinasi gastronomi di Ubud dinilai telah lengkap karena memiliki nilai warisan budaya, memiliki produk lokal dan bahan makanan yang berkualitas, memiliki industri yang berkembang, amenitas gastronomi yang memumpuni dan memiliki restoran, warung hingga *café* yang mengangkat kearifan lokal (dalam <https://www.inews.id/travel/destinasi/ubud-ditetapkan-jadi-destinasi-wisata-gastronomi-standar-dunia> [11 Februari 2020]).

Selain Ubud Bali, daerah di Indonesia yang akan dijadikan destinasi wisata gastronomi yaitu Joglosemar (Yogyakarta, Solo, dan Semarang) dengan Kota Semarang sebagai prioritas rujukan destinasi gastronomi oleh Tim Percepatan Wisata Kuliner dan Belanja (Wiskulja) Kementerian pariwisata. (dalam <https://travel.kompas.com/read/2018/09/20/kemenpar-tetapkan-3-destinasi-kuliner-Indonesia> [25 Januari 2020]). Kota Semarang di tahun 2020 berpotensi menjadi rujukan destinasi gastronomi berstandar internasional karena memiliki kekayaan kuliner, wisata, serta sejarah kuliner yang kuat. Seperti yang dinyatakan oleh Ravita Datau, Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Kuliner dan Belanja Kemenpar. (dalam <https://www.gatra.com/detail/news/446061/milenial/tahun-2020-Semarang-menuju-destinasi-gastronomi-kelas-dunia>. [23 Januari 2020]).

Kekayaan kuliner yang dimiliki Kota Semarang merupakan hasil dari kebudayaan masyarakatnya. Kozak, 1997 dalam Sormaz et.al, (2016:727) mengatakan bahwa budaya adalah salah satu elemen wisata gastronomi, pada umumnya tergambarkan dengan keinginan orang untuk mengenal kebudayaan yang berbeda. Wisata gastronomi menjadi wisata yang menarik, melalui pembelajaran tentang karakteristik budaya dari

makanan lokal suatu tempat, wisata gastronomi juga merupakan wisata budaya pada waktu yang bersamaan. Hal ini tercermin dari beranekaragamnya jenis kuliner di Kota Semarang yang mencerminkan karakter masyarakat Semarang. Karakter yang tercermin dari masakan Semarang adalah kudapan yang bercitarasa manis dengan bumbu yang sederhana. Seperti wingko babat, tahu gimbal, nasi gandum dan nasi ayam khas Semarang. Aneka makanan tersebut membuat ibu Kota Jawa Tengah ini menjelma menjadi salah satu tempat wisata favorit. Selain itu, contoh kuliner kenamaan lainnya dari Kota Semarang ada lumpia, bandeng duri lunak, dan ikan mangut. Ketiga makanan ini rencananya pada tahun 2020 akan diangkat sebagai kuliner untuk model prototipe destinasi wisata gastronomi.

Selain karena keanekaragaman kulinernya, Kota Semarang dipilih oleh Kementerian Pariwisata sebagai destinasi wisata gastronomi dikarenakan Kota Semarang dinilai sudah siap. Kota Semarang memiliki makanan yang beragam, dan pemerintahnya berkomitmen dalam mengembangkan wisata kulinernya. Meskipun terdapat beberapa isu strategis yang harus diselesaikan oleh Pemerintah Kota Semarang terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, diantaranya yaitu belum optimalnya pengembangan destinasi wisata dan masih perlu adanya program pengembangan destinasi pariwisata. Tetapi saat ini komitmen Pemerintah Kota Semarang dalam mengembangkan wisata gastronomi di Kota Semarang dinilai baik. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Pemerintah Kota Semarang terus melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan kualitas wisata di Kota Semarang. Pemerintah Kota Semarang terus berbenah, dengan memunculkan sejumlah tempat tujuan wisata baru.

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang, Indriyasari mengatakan bahwa kunjungan wisatawan di Kota Semarang pada 2019 sebanyak 7,2 juta orang. Jumlah ini melebihi target RPJMD 2019 yang hanya sebesar 5,7 juta wisatawan. Beliau juga mengatakan bahwa dengan tercapainya target kunjungan wisatawan tersebut membuat dinas terkait semakin giat menggalakkan program-program yang akan dijalankan pada 2020. Pemerintah Kota Semarang juga menargetkan kunjungan wisatawan pada 2020 meningkat menjadi 7,6 juta orang. Untuk tahun 2020 ini pihak Pemerintah Kota Semarang akan melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan kualitas wisata di Kota Semarang. Mulai dari destinasi, event-event dan kuliner. Seperti membuat pusat kuliner di Jalan Depok, membuat Desain Strategi Rencana Aksi (DSRA) dan membentuk kelompok kerja wisata kuliner dan belanja (Pokja Wiskulja) untuk menyongsong Kota Semarang sebagai destinasi gastronomi berstandar dunia.

Dari target tersebut dan ditetapkannya Kota Semarang menjadi destinasi wisata gastronomi dikarenakan pemerintahnya sudah siap dalam mengembangkan destinasi wisata gastronomi di Kota Semarang, maka penulis ingin meneliti bagaimana cara Pemerintah Kota Semarang dalam mengembangkan Kota Semarang menjadi destinasi wisata gastronomi, karena peran pemerintah sangat penting didalam mengembangkan pariwisata. Oleh Karena itu, judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah: *Peran Pemerintah Kota Semarang dalam Pengembangan Destinasi Wisata Gastronomi di Kota Semarang.*

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui sejauh mana Pemerintah Kota Semarang berperan dalam pengembangan Destinasi Wisata Gastronomi di Kota Semarang dengan menggunakan konsep *a multidiciplinary model for the science of gastronomy* dari Zahari, dkk (2009). Dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Sejauh mana Pemerintah Kota Semarang berperan dalam perencanaan dan pelaksanaan pengembangan destinasi wisata gastronomi di Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan formal

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program sarjana Studi Destinasi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti terlaksananya peran Pemerintah Kota Semarang dalam perencanaan dan pelaksanaan pengembangan destinasi wisata gastronomi di Kota Semarang.

D. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti ketika menyusun penelitian ini adalah kurangnya referensi/literatur mengenai destinasi wisata gastronomi di Indonesia, membutuhkan proses lama dalam menyelesaikan penelitian ini dikarenakan sulitnya mencari informasi primer mengenai wisata gastronomi karena pandemi.

Selain itu, keterbatasan lainnya adalah wabah pandemi *Covid-19* yang ada di Indonesia. Sehingga peneliti kesulitan menghubungi narasumber secara langsung dan ada beberapa narasumber yang sulit untuk dihubungi sehingga dihilangkan. Pencarian data yang dilakukan secara primer adalah narasumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Dinas lainnya dihubungi hanya daring melalui media telepon dan aplikasi Whatsapp. Untuk observasi, peneliti tidak bisa mendatangi beberapa kawasan kuliner dikarenakan masih ditutup akibat *Covid-19*.

E. Manfaat penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kota Semarang dan *stakeholder* dalam meningkatkan wisata gastronomi di Kota Semarang
- b. Sebagai acuan dalam memecahkan masalah mengenai pemerintahan dalam pengembangan destinasi wisata gastronomi di Kota Semarang kedepannya.

2. Manfaat Teoritis

- a. Untuk meningkatkan perkembangan ilmu di bidang ilmu pariwisata, terutama dalam wisata gastronomi.
- b. Sebagai acuan peneliti untuk mengetahui bagaimana peran pemerintah dalam pengembangan wisata Gastronomi di Kota Semarang.