

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan ujung tombak dalam peningkatan pendapatan negara saat ini, dapat dilihat dari pertumbuhannya yang kian pesat. Data dari WTTC ( The World Travel & Tourism Council) tahun 2018 menunjukkan pariwisata Indonesia menempati tempat kesembilan di seluruh dunia, ketiga di Asia, dan pertama di ASEAN. Oleh karena itu, pariwisata ditetapkan sebagai *lead sector* oleh Presiden Republik Indonesia dikarenakan aktivitas pariwisata di Indonesia yang sudah mulai tumbuh dan berkembang (dalam Nugraha dkk, 2019).

Indonesia memiliki berbagai jenis wisata diantaranya adalah, wisata pendidikan, wisata budaya, wisata sejarah, wisata bahari, wisata alam, wisata MICE, wisata belanja, dan wisata kuliner atau biasa dikenal sebagai wisata gastronomi (pariwisatasumut.net, 2015). Saat ini wisata gastronomi menjadi salah satu wisata minat khusus yang sedang berkembang. Wisata minat khusus adalah sebuah ketertarikan seseorang / wisatawan yang berkaitan dengan hobi tersendiri (tertentu) dari orang tersebut yang memicu datangnya wisatawan tersebut ke tempat wisata yang memiliki atribut fisik yang unik (Wiwin, 2017).

Selanjutnya, penjelasan mengenai wisata gastronomi yang merupakan sebuah wisata dengan melibatkan beberapa kegiatan meliputi,

mengunjungi produsen makanan, festival makanan, restoran dan tempat-tempat khusus yang berkaitan dengan beberapa makanan khusus serta mencicipi hidangan khusus, mengamati proses produksi dan persiapannya atau memakan hidangan khusus buatan koki yang sangat terkenal serta melihat bagaimana hidangan tertentu sedang disiapkan menurut Hall dan Mitchell (dalam Sormaz, dkk, 2015).

Berdasarkan penuturan dari Ketua Tim Percepatan Pengembangan Wisata Kuliner dan Belanja (Ir. Vita Datau, MCM., PMP), bahwa gastronomi di Indonesia berpotensi tinggi dan dapat menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia (London World Travel Mart 2019). Pengertian wisata gastronomi adalah kegiatan pariwisata yang dicirikan dengan pengalaman pengunjung yang terkait dengan makanan dan produk serta aktivitas terkait saat berpergian menurut UNWTO (dalam Nugraha dkk, 2019).

Lebih lanjut lagi, Ketua Tim Percepatan Pengembangan Wisata Kuliner dan belanja (dalam Nugraha, dkk, 2019) memaparkan terdapat 5 unsur utama dalam gastronomi menurut UNWTO yaitu kuliner harus menjadi *lifestyle*, memiliki unsur sejarah dan budaya, memiliki produk lokal, nutrisi yang dipenuhi dan *story telling* atau dapat disebut juga sebagai interpretasi.

Kopi merupakan salah satu potensi terbesar di Indonesia yang memiliki beragam cita rasa dan menjadi bagian dari wisata minat khusus yang masuk ke dalam wisata minat khusus gastronomi. Wisata minat khusus

gastronomi saat ini menjadi wisata minat khusus yang sedang dikembangkan oleh pemerintah (Travel Kompas, 2012).

Menurut dunia, salah satu kopi yang tergolong *coffee gourmet* paling menakjubkan dan termahal di antaranya dari Asia Tenggara, terutama Indonesia ([www.kopidunia.com](http://www.kopidunia.com), 2018), *coffee gourmet* adalah julukan yang di berikan kepada kopi yang memiliki rasa yang paling lezat karena berasal dari biji kopi pilihan dengan kualitas terbaik ([www.jpwcoffee.com](http://www.jpwcoffee.com), 2012). Salah satu penghasil kopi terbesar di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat yang menempati posisi ke sembilan (Databoks, 2018).

Jenis kopi yang paling terkenal di Indonesia adalah Kopi Luwak karena memiliki biji dengan kualitas terbaik hasil seleksi alam dengan perantaraan hewan Luwak. Kopi Luwak yang di hasilkan dari Luwak liar adalah biji kopi yang terbaik karena Luwak liar hanya memakan biji kopi yang memiliki tingkat kematangan sempurna dengan kualitas terbaik ([www.jpwcoffee.com](http://www.jpwcoffee.com), 2012).

Kopi Luwak Sawarga merupakan salah satu penghasil kopi luwak liar yang juga menjadi destinasi wisata untuk wisata gastronomi dengan kunjungan rata- rata lebih dari 100 orang perbulan dan memiliki pemandu khusus. Berlokasi di Jl. Raya Tangkuban Parahu No.58, Cikole, Lembang, Kabupaten Bandung Barat.

Kopi Luwak Sawarga menawarkan beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Kopi Luwak Sawarga seperti bermain dengan luwak, mengikuti edukasi proses mengolah kopi sampai meminum kopi. Seluruh

kegiatan tersebut membutuhkan pemandu yang akan menginterpretasikan segala hal yang berkaitan dengan kopi luwak.

Kegiatan interpretasi akan dimulai dari pengenalan jenis luwak, menyeleksi biji kopi luwak betina dan jantan beserta dengan khasiat yang dihasilkan, proses pengolahan kopi sampai menjadi kopi yang siap untuk dikonsumsi. Kopi Luwak Sawarga sendiri telah menyediakan pemandu khusus berjumlah 2 orang.

Interpretasi disampaikan oleh pemandu wisata, dimana menurut Suyitno (dalam Setiawan, Prabawa 2017) menjelaskan bahwa pemandu/*guide* adalah orang pertama yang dijumpai wisatawan dalam rangka mewujudkan harapan dan impian terhadap *tour* yang dijalankan. Adapun Interpretasi menurut Wells (dalam Madya, 2018) merupakan sebuah seni dan ilmu dalam menghubungkan pengunjung (turis, tamu, klien, dsb) terhadap suatu ide, sumber daya, dan kesempatan untuk belajar.

Diperkuat dengan pengertian interpretasi menurut Staiff dan Bushell (dalam Rabotić 2010), interpretasi diterima secara langsung dan tidak langsung melalui media dan cara yang berbeda. Interpretasi secara langsung melibatkan tatap muka dan komunikasi antara pengunjung dan pemandu wisata selama waktu kunjungan. Selanjutnya, untuk interpretasi tidak langsung melalui poster, label pameran, peta atau sketsa, audio, baik panduan audio dan visual.

Logan (2005) yang menjabarkan tentang interpretasi yang disampaikan langsung/ interpretasi *personal* merupakan interpretasi yang biasanya disampaikan oleh staf, relawan atau operator. Staf berseragam

dianggap menjadi sumber informasi yang sangat kredibel, sehingga interpretasi *personal* dapat menjadi media yang kuat dan efektif untuk memengaruhi persepsi dan perilaku pengunjung.

**TABEL 1**

**JUMLAH KUNJUNGAN KOPI LUWAK SAWARGA  
TAHUN 2016 - 2019**

NO	TAHUN	TOTAL PENGUNJUNG
1	2016	6,120
2	2017	6,243
3	2018	6,468
4	2019	6,582

Sumber: Kopi Luwak Sawarga (2020)

Tabel 1 memperlihatkan jumlah kunjungan di Kopi Luwak Sawarga dari tahun 2016 – 2019 dan dapat dilihat terdapat peningkatan pengunjung dari tahun 2016 – 2019. Menurut data pra survei, Kopi Luwak Sawarga tidak menggunakan sarana promosi yang dipasang di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara pra survei, salah satu yang diduga menjadi penyebab kenaikan pada jumlah pengunjung adalah kualitas interpretasi yang disampaikan oleh pemandu lokal di Kopi Luwak Sawarga. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Purwaningsih (2013) yaitu, kualitas interpretasi yang diberikan oleh pemandu pada suatu objek wisata dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali.

Ham (1992) menyatakan terdapat 4 komponen interpretasi yang baik yaitu: *Enjoyable, Relevant, Organised, Thematic* atau biasa disebut dengan *EROT Models* . Sebuah interpretasi harus bisa dinikmati dan menarik

sehingga dapat dengan mudah dimengerti, relevan dengan apa yang sudah diketahui, terorganisir dengan baik, dan sesuai dengan tema yang sedang diinterpretasikan.

Untuk mengetahui dan menilai bagaimana teknik interpretasi yang digunakan oleh pemandu di Kopi Luwak Sawarga, maka dibutuhkan penelitian sehingga peneliti mengangkat topik penelitian dengan judul “Teknik Interpretasi *Personal* Wisata Gastronomi di Kopi Luwak Sawarga”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana teknik interpretasi *personal* wisata gastronomi di Kopi Luwak Sawarga?”

Adapun identifikasi permasalahan sebagai turunan dari rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek *Enjoyable* pada interpretasi *personal* wisata gastronomi di Kopi Luwak Sawarga?
2. Bagaimana aspek *Relevant* pada interpretasi *personal* wisata gastronomi di Kopi Luwak Sawarga?
3. Bagaimana aspek *Organised* pada interpretasi *personal* wisata gastronomi di Kopi Luwak Sawarga?
4. Bagaimana aspek *Thematic* pada interpretasi *personal* wisata gastronomi di Kopi Luwak Sawarga?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni tujuan formal dan tujuan operasional.

#### 1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Diploma IV, Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

#### 2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai teknik interpretasi yang digunakan oleh pemandu di Kopi Luwak Sawarga.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan dalam bidang perjalanan wisata, khususnya teknik interpretasi.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Kopi Luwak Sawarga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemandu di Kopi Luwak Sawarga, dalam rangka mempertahankan maupun

meningkatkan kemampuan interpretasi *personal* pemandu di Kopi Luwak Sawarga.

b. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini peneliti diharapkan dapat menambah wawasan serta mengembangkan ilmu pengetahuan di lapangan mengenai teknik interpretasi yang baik.