

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan juga tinggal di tempat tujuan di luar wilayah keseharian mereka dengan jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk tujuan bisnis, bersenang-senang (*leisure*), dan lainnya.¹ Peran sektor pariwisata di Indonesia semakin vital bersamaan dengan perkembangan serta partisipasi yang diberikan oleh bidang pariwisata melalui pendapatan devisa, pengembangan wilayah, pendapatan daerah, maupun melalui penyerapan investasi serta tenaga kerja dan pengembangan usaha pariwisata yang tersebar di berbagai penjuru wilayah di Indonesia. Melalui sistem tarikan dan dorongan terhadap bidang ekonomi lainnya dengan industri pariwisata, seperti restoran, hotel, transportasi, industri kerajinan (oleh-oleh), dan lain lain.²

Saat ini terdapat beragam daya tarik wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan, tidak hanya wisata alam yang menonjolkan kekayaan dan keindahan sumber daya alam yang dimiliki oleh suatu daerah, tetapi juga terdapat wisata budaya. Wisata budaya merupakan suatu kegiatan perjalanan sementara yang dilakukan oleh seorang atau kelompok dari

¹ Maya Ismayanti, *Dasar-Dasar Pariwisata Sebuah Pengantar* (Jakarta: Universitas Sahid Jakarta, 2020).

² Elistia, 'Perkembangan Dan Dampak Pariwisata Di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19', *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177.9 (2020), 1–16.

tempat mereka tinggal menuju ke tempat lain yang bertujuan untuk menikmati tempat bersejarah, situs purbakala, atraksi kesenian, upacara adat, adat istiadat, dan kebudayaan dimana setiap bagian tersebut dapat dijadikan daya tarik wisata seperti tari tradisional, musik tradisional, pakaian adat, rumah adat dengan arsitektur dan ornamennya, serta kuliner tradisional.

Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang perkembangannya sangat pesat dalam sektor pariwisata. Karena makan menjadi salah satu kebutuhan yang perlu dipenuhi oleh setiap manusia, sama halnya dengan wisatawan. Kuliner menjadi salah satu daya tarik terbesar bagi wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi dengan tujuan menikmati kuliner khas yang terdapat di destinasi tersebut.

Indonesia memiliki bermacam destinasi menarik yang memiliki potensi besar dalam melestarikan kuliner khas di setiap daerah. Suku dan budaya yang berbeda menciptakan juga kuliner yang berbeda dan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Tidak sedikit dari wisatawan yang rela datang dan mencari kuliner khas ke setiap penjuru daerah hanya untuk menikmati suatu kuliner yang unik. Mulai dari makanan utama, beragam makanan dalam acara adat, jajanan tradisional, hingga minuman. Kuliner tradisional yang terdapat di setiap daerah di Indonesia ini sangat unik dan menarik untuk dikembangkan. Pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha di industri pariwisata harus tetap saling bersinergi dan berkolaborasi dalam melestarikan kuliner tradisional khas daerah dan mempromosikan kepada

seluruh masyarakat Indonesia dan mancanegara bahwa setiap daerah memiliki kuliner khas yang dapat menjadi ciri khas dan ikon kuliner daerah tersebut.

Berdasarkan survey pantauan liburan hari Natal 2023 dan Tahun Baru 2024 yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mencatat bahwa pusat kuliner merupakan salah satu atraksi wisata yang paling banyak dikunjungi pada liburan hari Natal 2023 dan Tahun Baru 2024. Pada tahun 2020 Kemenparekraf juga mencatat bahwa kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari produk domestik bruto ekonomi kreatif (PDB Ekraf) dengan pendapatan sebesar Rp. 462,45 triliun dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp.1.155,4 triliun pada tahun 2020.

Tabel 1. 1 Atraksi yang Dikunjungi Wisatawan di Indonesia pada Natal dan Tahun Baru 2024

Atraksi yang Dikunjungi	Jumlah Persen
Pantai, Danau, dan Laut	61%
Pusat Kuliner	55%
Pegunungan dan Perbukitan	50%
Kebun Binatang	36%
Desa Wisata	28%

Sumber: Survey Pantauan Kemenparekraf Natal dan Tahun Baru, 2024



Gambar 1. 1 Grafik Statistik Subsektor Penyumbang PDB Ekonomi Kreatif

Sumber: Data Statistik Indikator Makro Pariwisata & Ekonomi Kreatif, 2020
Kemenparekrraf

Selain itu, terdapat 8 kota di Indonesia yang masuk dalam jajaran 100 kota yang memiliki kuliner daerah dan nasional terbaik di dunia yang dirilis oleh *TasteAtlas Awards* pada tahun 2023/2024. Dan dalam jajaran peringkat 20 besar terdapat 3 kota di Indonesia yang masuk dalam daftar, yaitu Bandung (10), Jakarta (11), dan Surabaya (16). Hal ini membuktikan bahwa keberagaman kuliner daerah di Indonesia dapat berkontribusi meningkatkan pendapatan devisa negara dan menjadi salah satu daya tarik terbesar wisatawan lokal maupun mancanegara dalam berkunjung ke daerah di Indonesia.

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 merilis data statistik Usaha Penyedia Makan dan Minum berdasarkan provinsi dan jenis usahanya. Provinsi DKI Jakarta menjadi yang terbesar dengan jumlah total 5.258 usaha. Hal ini meningkat dari tahun 2021 dimana di tahun tersebut jumlah total sebesar 4.088 usaha. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta juga mencatat dalam kurun periode Januari-Juni 2022 total wisata kunjungan wisata kuliner di DKI Jakarta mencapai 348.620 kunjungan. Hal ini tidak terlepas dari keberagaman suku dan budaya yang terdapat di Jakarta dan tidak dapat ditemukan di daerah lain.

Provinsi DKI Jakarta memiliki beragam kuliner tradisional khas yang menarik minat, selain dengan budaya kesenian dan sejarahnya yang dikenal banyak orang. Berdasarkan Perkembangan sektor pariwisata yang bertumbuh pesat di “Kota Metropolitan” ini sangat menumbuhkan citra positif bagi kuliner khas daerah. Selain itu Industri pariwisata di DKI Jakarta juga sangat diuntungkan dengan banyaknya kuliner khas daerah yang sudah berkembang. Kuliner tradisional khas yang ada di Jakarta sudah banyak yang menjadi ikon terkenal dan menarik minat wisatawan, seperti Kerak Telor, Bir Pletok, Soto Betawi, Gado-Gado, dan lain-lain. Oleh karena itu, di Jakarta terdapat salah satu objek wisata dimana wisatawan dapat menikmati keunikan dari daya tarik wisata suku Betawi, yaitu Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan merupakan program pembangunan dari Pemprov DKI Jakarta dalam memenuhi amanat UUD

1945 Pasal 32 ayat 1 dan 2 serta UU No 29 tahun 2007 Pasal 26 ayat 6 yang mengatakan bahwa “Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melestarikan dan mengembangkan budaya masyarakat Betawi serta melindungi berbagai budaya masyarakat daerah lain yang ada di Provinsi DKI Jakarta.” Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan terkenal dengan kesenian dan kebudayaan suku Betawi yang menarik dan patut dikembangkan agar keunikan dan keaslian dari budaya suku Betawi dapat terus dilestarikan dalam pengembangan wisata. Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan memiliki daya tarik wisata Betawi yang dapat dinikmati mulai dari kesenian, alam, serta kuliner khas.

Terdapat aneka ragam kuliner khas yang dapat dinikmati oleh wisatawan di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, mulai dari makanan tradisional seperti Kerak Telor, Soto Betawi, dan Laksa serta minuman tradisional seperti Es Selendang Mayang, Bir Pletok hingga jajanan tradisional Kembang Goyang serta Dodol Betawi. Unit Pengelola Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan tidak hanya menyediakan aneka ragam kuliner khas untuk sekedar dibeli dan dinikmati oleh wisatawan. Pengelola juga dapat menyiapkan jadwal tur kuliner yang berisi beberapa aktivitas dengan pemandu untuk berkunjung ke tempat pembuatan kuliner tradisional, mencicipi kuliner hingga memasak ditempat tersebut. Mengadakan workshop pembuatan makanan, menyediakan buku panduan resep kuliner khas, dan menyelenggarakan festival makanan Betawi juga upaya yang dilakukan unit pengelola Perkampungan Budaya Betawi Setu

Babakan dalam melestarikan dan memasarkan wisata kuliner tradisional Betawi yang sudah jarang kita jumpai di beberapa tempat lain. Hal diatas membuktikan bahwa wisata kuliner tidak hanya dapat dinikmati tetapi juga dapat ikut serta dalam pembuatan kuliner khas yang bertujuan meningkatkan pengalaman berwisata bagi wisatawan.

Pemasaran merupakan sebuah proses sosial tiap individu atau kelompok mendapatkan tentang apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat proses penciptaan, penawaran dengan pertukaran produk serta pelayanan secara bebas terhadap orang lain.³ Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terstruktur, dan menyatu di sektor pemasaran yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa strategi pemasaran merupakan susunan tujuan, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada upaya-upaya pemasaran perusahaan dari masa ke masa, terhadap masing-masing tingkatan dan acuan serta distribusinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁴ Pemasaran pariwisata merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan wisata untuk menarik minat dan kunjungan wisatawan. Terdapat strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi perasaan pengunjung saat berkunjung ke objek wisata yaitu melalui *experiential marketing* yang merupakan suatu konsep pemasaran

³ Sunny T.H. Goh and Khoo Kheng-Hor, *Marketing Wise* (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005).

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018).

yang tidak hanya memberikan pengetahuan dan peluang kepada pengunjung untuk mendapatkan pengalaman dengan keuntungan yang didapat tetapi juga membangkitkan perasaan dan emosi yang memiliki dampak terhadap pemasaran.

Salah satu strategi pemasaran *experiential marketing* yang dilakukan oleh Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan dalam memasarkan wisata kuliner mereka, yaitu dengan menyediakan workshop pembuatan kuliner tradisional bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman berbeda dalam menikmati kuliner khas Betawi yang terdapat di destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penulis untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul: "**STRATEGI *EXPERIENTIAL MARKETING* MELALUI WORKSHOP KULINER TRADISIONAL DI PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *experiential marketing* melalui workshop kuliner tradisional di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui perkembangan wisata kuliner di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.

- b. Untuk mengetahui strategi *experiential marketing* melalui workshop kuliner tradisional di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.
- c. Untuk mengetahui kendala dalam penerapan strategi *experiential marketing* melalui workshop kuliner tradisional di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai berikut:

Bagi Akademisi

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna sebagai bahan kajian ilmu dan referensi bagi mahasiswa pariwisata khususnya di Universitas Negeri Jakarta yang mengambil tema penelitian wisata kuliner dengan metode penelitian kualitatif.

Bagi Praktisi

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai proses perkembangan workshop kuliner tradisional di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sehingga nantinya banyak wisatawan yang datang tidak hanya mencicipi kuliner saja tetapi ikut serta dalam workshop tersebut guna menambah pengalaman berwisata.
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan referensi baru bagi pihak-pihak pengelola objek wisata yang memiliki potensi kuliner khas dengan mengadakan workshop kuliner sebagai salah satu strategi pemasaran wisata mereka.