

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan ragam kulinernya. Keanekaragaman rasa pada masakan Indonesia sangat dipengaruhi oleh kondisi geografisnya yang beragam, mulai dari wilayah pesisir hingga daerah pegunungan. Kekayaan bumbu dan rempah yang digunakan turut memperkuat cita rasa khas dari setiap hidangan. Setiap jenis kuliner tidak hanya menawarkan kenikmatan rasa, tetapi juga mengandung cerita unik terkait sejarah, asal-usul, serta proses pembuatannya. Proses tersebut sering kali merupakan hasil dari percampuran budaya yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Tidak mengherankan jika banyak wisatawan menjadikan mencicipi makanan dan minuman khas daerah sebagai bagian dari agenda utama saat berwisata. Istilah "wisata kuliner" kini sudah menjadi hal yang familiar di kalangan masyarakat Indonesia. Meningkatnya minat dan perhatian masyarakat terhadap sektor kuliner menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai potensi wisatawan terhadap objek wisata kuliner. Tujuannya adalah untuk memahami serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif guna menarik lebih banyak pengunjung.

Saat ini, kuliner telah menjadi salah satu daya tarik utama dalam kegiatan pariwisata. Aktivitas menjelajahi kuliner lokal telah menjadi elemen penting dalam merencanakan perjalanan wisata, bahkan menggeser aktivitas belanja sebagai tujuan utama. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan destinasi wisata oleh sebagian wisatawan didasarkan pada daya tarik kulinernya (Kautsar, 2018). Wisatawan umumnya tertarik pada makanan khas daerah yang mereka kunjungi, dan informasi tentang kuliner tersebut sering diperoleh melalui internet atau rekomendasi dari orang-orang terdekat. Hal ini turut berkontribusi pada peningkatan daya tarik dan potensi kuliner lokal.

Kuliner merupakan salah satu unsur budaya yang turut menunjang pengembangan sektor pariwisata. Dalam konteks ekonomi nasional, sektor kuliner memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Dari 16 subsektor ekonomi kreatif yang tengah dikembangkan, kuliner

menempati posisi teratas dengan kontribusi sebesar 41%, disusul oleh subsektor fesyen sebesar 17% dan kriya sebesar 14,9% (Kompas, 2020). Wisata kuliner tidak hanya menjadi pelengkap dalam kegiatan pariwisata, tetapi juga berkembang sebagai bagian penting yang dipengaruhi oleh aspek sejarah, budaya, ekonomi, serta interaksi sosial masyarakat. Bagi wisatawan, pengalaman kuliner memberikan nilai tambah tersendiri, di mana mereka dapat mencicipi cita rasa lokal, mengeksplorasi berbagai jenis masakan, dan memahami tradisi kuliner masyarakat setempat. Aktivitas seperti mengunjungi restoran tradisional, bertanya tentang makanan khas, hingga menikmati suasana tempat makan lokal menjadi bagian dari pengalaman wisata yang berkesan.

Pertumbuhan wisata kuliner juga didorong oleh perkembangan media sosial, kemajuan ekonomi, serta meningkatnya kesadaran terhadap pelestarian budaya kuliner tradisional. Kuliner kini menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang harus terus digali dan dikembangkan, baik oleh pemerintah maupun masyarakat, untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Karena keunikan tersebut, banyak negara dan daerah berusaha memosisikan diri sebagai destinasi wisata kuliner unggulan. Menurut Ardika (dalam Putra et al., 2011:21), wisata kuliner merupakan aktivitas wisatawan yang bertujuan untuk mencari pengalaman unik melalui makanan dan minuman yang berkesan. Artinya, nilai wisata kuliner tidak hanya terletak pada rasa makanan itu sendiri, tetapi juga pada pengalaman emosional dan memori yang ditinggalkannya. Dalam perkembangannya, wisata kuliner juga sering dikaitkan dengan aktivitas budaya seperti berjalan kaki atau bersepeda yang melibatkan interaksi langsung dengan lingkungan dan masyarakat lokal. Besra (2012:82) menjelaskan bahwa istilah "wisata kuliner" berasal dari istilah asing *voyages culinaires* (bahasa Prancis) atau *culinary travel* (bahasa Inggris), yang merujuk pada perjalanan yang berkaitan dengan kegiatan memasak dan mencicipi makanan. Sementara itu, menurut definisi dari International Culinary Tourism Association (ICTA), wisata kuliner adalah kegiatan makan dan minum yang bersifat khas dan dilakukan oleh wisatawan selama perjalanan. Oleh karena itu, untuk benar-benar menikmati kuliner suatu daerah, wisatawan perlu datang langsung ke lokasi guna merasakan keunikan cita rasa, atmosfer, dan pelayanan yang ditawarkan oleh tempat kuliner tersebut.

Melihat keragaman kuliner Indonesia yang begitu luas, kajian mendalam dan berkelanjutan sangat penting dilakukan agar potensi ini dapat dimaksimalkan sebagai daya tarik wisata utama. Kuliner kini tidak hanya berperan sebagai pelengkap, melainkan telah menjadi magnet wisata tersendiri yang mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Wisata kuliner sendiri terbagi menjadi dua kategori: pertama, wisata kuliner berupa oleh-oleh makanan, yaitu makanan yang dibawa pulang sebagai cinderamata dan bukti kunjungan; dan kedua, wisata kuliner yang disajikan di tempat makan atau restoran yang menyajikan hidangan khas daerah yang dikelola oleh penduduk lokal (Besra, 2015). Namun, pengembangan wisata kuliner menghadapi sejumlah tantangan. Secara internal, keterbatasan informasi mengenai makanan khas seperti nama, deskripsi, cita rasa, gambar, dan lokasi menjadi kendala utama. Sementara secara eksternal, persaingan datang dari kuliner daerah lain yang ikut masuk ke wilayah tujuan wisata, serta kehadiran restoran asing yang membuka cabang di Indonesia, yang berpotensi menggeser perhatian wisatawan dari kuliner lokal.

Pengembangan sektor pariwisata saat ini berjalan seiring dengan proses globalisasi serta meningkatnya apresiasi terhadap kekayaan lokal. Sebagai contoh, meskipun makanan cepat saji semakin merajalela secara global, hal ini juga diimbangi dengan upaya pelestarian dan penguatan kuliner lokal agar tetap mampu bersaing. Setiap destinasi wisata dituntut untuk menjaga keunikan kulinernya, baik melalui kualitas sumber daya manusia maupun daya tarik budaya yang dimilikinya. Salah satu elemen penting yang bisa diperkenalkan kepada wisatawan adalah budaya gastronomi khas dari suatu daerah (Astuti, 2018).

Hubungan antara makanan dan pariwisata di tingkat lokal sangat erat. Kuliner lokal mendukung sektor pariwisata, begitu pula sebaliknya; pariwisata berperan dalam memperkenalkan dan mempromosikan makanan tradisional. Saat ini, pariwisata diakui sebagai salah satu industri yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, termasuk di Indonesia. Pertumbuhan wisata kuliner terus meningkat di berbagai daerah, baik kota maupun kabupaten. Hal ini tercermin dari fakta bahwa subsektor kuliner merupakan penyumbang terbesar dalam industri ekonomi kreatif nasional (Kompas.com, 2019).

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang sangat luar biasa, dengan lebih dari 1.000 jenis masakan yang memanfaatkan sekitar 77 jenis bahan karbohidrat, lebih dari 400 varietas buah-buahan, 273 jenis sayuran, dan sekitar 65 macam rempah-rempah (Murdjati Gardjito, 2019). Kombinasi dari bahan-bahan tersebut memungkinkan terciptanya ribuan resep masakan khas Indonesia. Tidak heran jika kuliner kini menjadi daya tarik utama dalam industri pariwisata, yang mampu mengundang wisatawan lokal maupun internasional karena kelezatan, keberagaman, dan keaslian rasanya.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala hal yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai baik dari alam, budaya, maupun buatan manusia yang dapat menarik minat wisatawan. Salah satu destinasi wisata budaya yang mencerminkan hal tersebut adalah Kampung Budaya Betawi Setu Babakan di Jakarta Selatan. Kawasan ini ditetapkan sebagai objek wisata oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sejak tahun 2000, dengan tujuan utama untuk melestarikan kebudayaan masyarakat Betawi yang tinggal di pinggiran ibu kota.

Kampung ini berfungsi sebagai pusat pelestarian budaya Betawi, di mana pengunjung dapat merasakan suasana khas kehidupan masyarakat asli. Selain itu, tempat ini juga menjadi sumber edukasi dan dokumentasi penting tentang budaya Betawi, yang membantu memperluas wawasan mengenai keragaman budaya Indonesia. Kawasan ini mencakup area seluas kurang lebih 289 hektar, dan di dalamnya terdapat rumah adat, bangunan bersejarah, serta sarana yang digunakan untuk menampilkan unsur-unsur budaya Betawi secara langsung.

Rencana untuk menjadikan Setu Babakan sebagai kawasan cagar budaya telah digagas sejak tahun 1996 (Romdonih, 2019), dan secara resmi ditetapkan melalui SK Gubernur DKI Jakarta No. 9 Tahun 2000. Sejak saat itu, pemerintah daerah bersama masyarakat setempat mulai mengembangkan kawasan ini agar menarik bagi wisatawan. Pada tahun 2004, Setu Babakan diresmikan sebagai pusat pelestarian budaya dan pusat studi Betawi oleh Gubernur Sutiyoso. Sebelumnya, pada Oktober 2002, kawasan ini juga dipilih oleh Pacific Asia Travel Association (PATA) sebagai salah satu destinasi wisata bagi peserta konferensi yang diadakan di Jakarta (Muchtar, 2016).

Saat ini, Kampung Budaya Betawi Setu Babakan telah menjadi destinasi unggulan yang menawarkan pengalaman budaya yang otentik. Untuk meningkatkan kenyamanan dan daya tarik kawasan ini, pemerintah bersama komunitas lokal secara aktif menambahkan berbagai fasilitas pendukung seperti taman bermain anak, pusat oleh-oleh, dan sarana kesehatan. Selain itu, promosi melalui media sosial serta kerja sama dengan agen perjalanan terus ditingkatkan guna menjangkau lebih banyak wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Melihat potensi yang besar, analisis lebih lanjut mengenai pengembangan wisata kuliner di Kampung Setu Babakan sangat penting dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memahami peran sektor kuliner dalam mendukung pertumbuhan pariwisata di Jakarta dan menjadikannya sebagai elemen strategis dalam pengembangan destinasi budaya.

Namun, dalam mempertahankan citra serta identitas budaya yang sudah ada terdapat beberapa masalah di dalam kawasan wisata kuliner Setu Babakan. Hal itu mencakup kurangnya promosi dan pemasaran yang sering kali kurang dikenal di luar daerah sekitar, kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif membuat potensi wisata kuliner di daerah ini tidak diketahui oleh banyak orang. Meskipun memiliki kekayaan kuliner, promosi melalui media sosial atau *platform* wisata terkadang terbatas. Aksesibilitas dan infrastruktur yang kurang memadai pun seperti jalan yang sempit atau transportasi publik yang tidak terintegrasi dengan baik, bisa menjadi hambatan bagi wisatawan yang ingin menikmati kuliner di Setu Babakan, masalah ini membatasi potensi untuk menarik wisatawan yang lebih jauh. Hal lainnya adalah pengelolaan dan kebersihan tempat makan serta lingkungan sekitar dapat menjadi masalah yang memengaruhi pengalaman kuliner, beberapa lokasi wisata kuliner tidak memiliki standar kebersihan yang baik sehingga dapat mengurangi kenyamanan pengunjung. Selain itu, kurangnya variasi kuliner yang dikenal. Walaupun Setu Babakan memiliki kuliner khas Betawi, kurangnya variasi atau inovasi pada menu kuliner bisa membuat wisatawan merasa bosan. Hal ini dikarenakan tidak semua wisatawan tertarik pada makanan yang sudah dikenal, dan wisatawan mungkin mencari pengalaman kuliner yang baru. Kemudian persaingan dengan tempat wisata kuliner lain, Setu Babakan mungkin menghadapi persaingan ketat dari tempat wisata kuliner lain di Jakarta atau wilayah sekitarnya. Tanpa

keunikan atau daya tarik yang menonjol, Setu Babakan bisa mengalami kalah saing dalam hal menarik perhatian wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Kuliner di Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata, baik sebagai daya tarik utama maupun sebagai pendukung ekonomi kreatif yang signifikan. Setiap daerah di Indonesia, termasuk Kampung Betawi di Setu Babakan, memiliki kuliner khas yang kaya akan cita rasa dan tradisi. Wisata kuliner kini menjadi salah satu pilihan utama bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, yang ingin menikmati keunikan budaya lokal melalui makanan.

Namun, untuk memaksimalkan potensi wisata kuliner ini, pengembangan dan promosi yang lebih efektif sangat diperlukan. Beberapa kendala yang dihadapi termasuk kurangnya promosi yang luas, aksesibilitas yang terbatas, serta tantangan dalam menjaga kebersihan dan keberagaman kuliner. Setu Babakan, sebagai kawasan wisata budaya Betawi, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat wisata kuliner, tetapi masih menghadapi persaingan ketat dan perlu peningkatan dalam hal variasi menu serta fasilitas pendukung untuk menarik lebih banyak wisatawan. Dengan pengelolaan yang baik, promosi yang lebih intensif, serta inovasi dalam penyajian kuliner, wisata kuliner Indonesia khususnya di Setu Babakan dapat berkembang menjadi destinasi unggulan yang meningkatkan perekonomian dan melestarikan warisan budaya. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian dengan judul: “Analisis Potensi Wisata Kuliner di Kampung Betawi Setu Babakan Jakarta”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Persaingan dengan tempat wisata kuliner lain, Jakarta memiliki banyak pilihan tempat wisata kuliner yang dapat membuat Kampung Betawi Setu Babakan harus terus berinovasi agar tetap menarik perhatian para wisatawan.
2. Keterbatasan pengelolaan dan manajemen, pengelolaan yang kurang profesional dan tepat dalam pengaturan tempat makan atau kebersihan dapat memengaruhi kenyamanan pengunjung dan mengurangi daya tarik wisata.

3. Kendala infrastruktur, meskipun sudah ada aksesibilitas yang baik namun beberapa kawasan di sekitar Setu Babakan masih membutuhkan peningkatan fasilitas publik agar meningkatkan potensi kenaikan jumlah wisatawan yang datang.
4. Menurunnya tingkat kepopuleritasan terhadap kuliner khas Betawi sebagai daya tarik wisata di Setu Babakan, hal ini dikarenakan banyak berbagai jenis makanan yang lebih menarik bagi para wisatawan dan kurangnya sumber informasi, persepsi dan preferensi wisatawan terhadap kuliner Betawi.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi maka dibatasi penelitiannya untuk memetakan potensi wisata kuliner di Setu Babakan Jakarta serta menganalisis dan potensi wisata kuliner di Kampung Betawi Setu Babakan Jakarta berdasarkan indikator wisata kuliner dari wisatawan sebagai masukan untuk pengelola atau pengusaha makanan.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah, maka disusun rumusan masalah yakni menganalisis potensi wisata kuliner di Kampung Betawi Setu Babakan Jakarta berdasarkan indikator wisata kuliner dari wisatawan sebagai masukan untuk pengelola atau pengusaha makanan.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Menganalisis potensi wisata kuliner di Kampung Betawi Setu Babakan Jakarta berdasarkan indikator wisata kuliner dari wisatawan sebagai masukan untuk pengelola atau pengusaha makanan.

### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi intelektual dan memperluas wawasan dalam bidang ilmu pariwisata, khususnya bagi masyarakat umum, pemerintah, dan pihak

pengelola destinasi wisata. Fokus utamanya adalah pada potensi kuliner dalam menunjang pengembangan pariwisata di kawasan Kampung Betawi Setu Babakan, Jakarta. Secara umum, temuan dari penelitian ini juga dapat memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan pariwisata kuliner, terutama dalam konteks pengukuran potensi ekonomi dari suatu destinasi wisata berbasis kuliner.

- b. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan awal bagi studi-studi selanjutnya, baik yang meneliti pengembangan wisata kuliner di wilayah lain dengan karakteristik serupa maupun yang menelaah pengaruh media sosial terhadap perilaku wisata kuliner. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar teoritis dalam melakukan studi komparatif antara kuliner Betawi dan jenis kuliner tradisional dari daerah lain di Indonesia.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha kuliner atau pihak pengelola wisata, penelitian ini dapat memberikan informasi yang relevan mengenai potensi pengembangan wisata kuliner di Kampung Budaya Betawi Setu Babakan, sehingga dapat dimanfaatkan dalam perencanaan strategi bisnis atau promosi destinasi.
- b. Dari sisi akademis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi atau kajian literatur bagi penelitian-penelitian lain yang memiliki keterkaitan topik, khususnya dalam studi kepariwisataan dan kuliner tradisional.