

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada awalnya makanan hanya menjadi salah satu pelengkap kegiatan wisata. Namun kemudian berkembang menjadi salah satu bentuk wisata khusus yang disebut dengan istilah wisata kuliner. Wisata makanan juga diakui sebagai ekspresi identitas dan budaya.

Kuliner sering kali dijadikan sebagai daya tarik pariwisata untuk mengundang masyarakat internasional agar termotivasi untuk datang datang mengunjungi suatu wilayah. Tak sedikit orang yang memilih untuk mengunjungi suatu wilayah dengan tujuan untuk mencicipi makanan dan juga minuman khas yang terdapat di wilayah tersebut. Inilah yang disebut dengan gastro-tourism atau disebut juga sebagai culinary tourism.

Gastro-tourism mengacu pada kunjungan wisata yang dimotivasi oleh ketertarikan terhadap makanan dan minuman di suatu wilayah (Wolf, 2002 ). Dalam gastro-tourism, motivasi utama seseorang ketika melakukan travel adalah untuk mendapatkan pengalaman mencicipi makanan dan minuman yang dapat memberikan memori sepanjang hidup mereka. Lokasi atau tempat tujuan wisata hanya berfungsi sebagai kendaraan untuk mendapatkan pengalaman kuliner (Williams, Williams Jr, dan Oman 2014).

World Tourism Organization berpendapat bahwa gastro-tourism ini merupakan celah pasar pariwisata yang sebagian maupun keseluruhan dari kegiatan

wisata dilakukan dengan tujuan untuk merasakan masakan dari berbagai wilayah (UNWTO 2012:7). Gastro-tourism ini termasuk ladang baru dan belum banyak penelitian akademik yang telah dipublikasikan terkait dengan bidang ini (Williams, Williams Jr, dan Oman 2014).

Di negara-negara berkembang, bisnis gastro-tourism ini sedang mengalami perkembangan besar dan telah menjadi salah satu segmen pariwisata yang paling dinamis dan kreatif, menarik jutaan wisatawan dan pendapatan. Beberapa negara di dunia telah mengembangkan gastro-tourism sebagai salah satu keunggulan pariwisata yang ditawarkan kepada masyarakat internasional. Korea Selatan, misalnya, memiliki kuliner yang telah terkenal di dunia yakni Kimchi. Taiwan yang terkenal dengan Dim Sum. Thailand yang memiliki Sup Tom Yam. Malaysia memiliki Nasi Lemak sebagai ikon makanan khasnya dan sushi berasal dari Jepang.

Kuliner khas Indonesia sendiri juga sangat terkenal diberbagai macam belahan negara. Dari Sabang sampai Merauke tentunya banyak sekali pilihan kuliner yang ada di negeri ini. Hal ini pun menyebabkan makanan Indonesia selalu tampil dalam ajang festival kuliner dunia karena hampir semua wisata kuliner Indonesia ini menggunakan rempah-rempah yang tidak bisa ditemukan di negara lain. Inilah sebabnya makanan Indonesia begitu banyak diminati dan memiliki khas tersendiri, seperti Jakarta, adalah tempat asal masyarakat Betawi dengan makanan khas seperti kerak telur, nasi uduk, gado-gado, ketoprak dan juga soto betawi. Bandung, Jawa Barat, yang didominasi oleh masyarakat Sunda, mempunyai citarasa masakannya sendiri yang cenderung pedas seperti karedok dan sambal goreng. Kota ini juga

terkenal dengan kudapan ringan seperti batagor, siomay dan juga cireng. Bagi penyuka rasa manis, Jawa Tengah dan Yogyakarta dapat menjadi pilihan dengan gudeg, garang asam, srobi, dawet dan lainnya. Jawa Timur juga tidak kalah dengan kuliner khasnya seperti rujak cingur, lontong balap, lontong kupang, sate ayam, soto, rawon, pecel, dan sebagainya.

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengadakan gastro-tourism karena negara ini memiliki budaya yang beranekaragam dari sabang hingga merauke. Bangsa Indonesia terdiri dari 247 suku bangsa yang memiliki budaya masing-masing termasuk kuliner (Marliyati, Hastuti, dan Sinaga, 2013). Tidak hanya budaya, Indonesia juga memiliki kekayaan sumber daya alam, flora dan fauna, yang berpengaruh kepada kekayaan kulinernya. Kondisi geografis Indonesia yang merupakan negara kepulauan juga berpengaruh terhadap kekhasan tradisi kulinernya, karena pada dasarnya ada hubungan alami antara wilayah di suatu daerah, kondisi iklim dan karakter makanan yang dihasilkannya (Hughes 1995: 114 dalam Hjalager & Richard 2011).

Potensi terbesar Indonesia untuk terlibat dalam gastro-tourism terletak pada kekayaan rempah-rempahnya. Negara ini terkenal dengan rempah-rempah yang tumbuh di lebih dari 6000 pulau yang dimilikinya. Kekayaan akan rempah-rempah ini bahkan menjadi perebutan di antara negara-negara Eropa pada jaman kolonial (Rockower, 2010). Kekayaan rempah-rempah ini dapat dijadikan sebagai keunggulan kuliner Indonesia.

Kekayaan kuliner yang dimiliki Indonesia ini merupakan modal yang lebih dari cukup untuk dapat mengembangkan gastro-tourism demi meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia.

Kuliner Indonesia terbukti memiliki daya tarik yang besar, apalagi dengan dinobatkannya rendang yang merupakan kuliner khas tradisional Sumatera Barat sebagai salah satu makanan terlezat di dunia (CNN, 2017).

Sumatera Barat sendiri merupakan destinasi yang menjadi pilihan favorit wisatawan baik wisatawan asing maupun wisatawan nusantara. Hal ini dikarenakan Sumatera Barat sendiri memiliki daya tarik tersendiri selain alam dan kerajinan tangannya, kuliner nya juga mempunyai rasa yang khas bagi wisatawan. Sehingga hal ini di harapkan dapat menjadi motivasi bagi wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat.

Pada bulan Januari 2018 jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang datang ke Sumatera Barat melalui Bandara Internasional Minangkabau (BIM) dan Pelabuhan mencapai 3.246 orang ([sumbar.bps.go.id](http://sumbar.bps.go.id)). Secara umum dapat dipastikan bahwa wisatawan tersebut akan memerlukan fasilitas makan dan minum ketika berada di Sumatera Barat. Pemahaman masyarakat pada saat ini menganggap bahwa wisata kuliner hanya sebatas mengunjungi sentra-sentra kuliner setempat saja padahal sebenarnya wisata kuliner mampu dikemas menjadi jenis wisata yang lebih menarik yang dikombinasikan dengan kekayaan dan atraksi budaya tempat berasalnya kuliner

tersebut berada yang kemudian dikenal sebagai Gastro Tourism. Gastro Tourism merupakan bagian dari wisata minat khusus.

Event yang di buat oleh Pemerintah Propinsi Sumatera Barat dan pelaku usaha diharapkan dapat menjadi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat. Event yang pernah di buat di Sumatera Barat yaitu Padang Kuliner Run 2017 dalam rangka memperingati Hari Pariwisata Dunia pada 24 September 2017. Merupakan perpaduan antara kegiatan lomba lari dengan wisata kuliner karena peserta akan disuguhkan beragam makanan khas Minang. Event ini bertujuan memperkenalkan keindahan kota Padang karena rute yang diambil melewati sejumlah objek wisata seperti Pantai Padang dan memperkenalkan wisata kuliner, diharapkan pada event ini bisa menggenjot sektor pariwisata. ([sumbar.bps.go.id](http://sumbar.bps.go.id)).

Kuliner Sumatera Barat memiliki cita rasa unik yang telah terkenal di hampir seluruh wilayah Indonesia yaitu masakan Padang, Sumatera Barat. Restoran Padang dapat dijumpai baik di kota besar maupun kota kecil di hampir seluruh wilayah Indonesia (Johnson, 2015). Menu yang di sediakan di antara lain rendang, ayam pop, sate, ikan bakar, dendeng balado, itiak lado ija, martabak kubang, gulai kapau dan lain sebagainya. Selain cita rasa masakan padang yang lezat, cara penyajian masakan ini juga tergolong unik menjadi daya tarik untuk mencicipinya. Di restoran masakan padang, pelayan akan membawa sejumlah piring hidangan secara bersamaan sekaligus dengan bertumpuk-tumpuk di kedua belah atau sebelah tangan saja tanpa jatuh. Semua piring-piring kecil yang berisikan hidangan ini disajikan kepada tamu. Tamu bisa mengambil makanan yang ia sukai dan hanya membayar makanan yang

diambil. Jika sudah selesai makan, pelayan akan memeriksa hidangan apa saja yang telah dimakan oleh tamu. Cara penyajian yang unik ini berbeda dengan kebanyakan restoran lainnya, dan bisa dijadikan sebagai bahan gastro-tourism Indonesia.

Sumatera Barat yang dikenal dengan kulinernya yang khas dan cara penyajiannya yang menarik hal ini dapat diharapkan menjadi motivasi bagi wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat. Akan tetapi ketika wisatawan mengambil sebuah keputusan untuk berwisata pasti telah melalui berbagai pertimbangan dan motivasi tertentu yang melandasi meskipun dalam kenyataannya hal tersebut sangat bersifat kompleks dan jarang diutarakan (implisit).

Menurut Yoon dan Usyal (2003), motivasi perjalanan wisata seseorang dibagi menjadi dua yaitu faktor pendorong dan penarik. Faktor pendorong (push factors) merupakan faktor-faktor yang terkait dengan keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan yang berasal dari dalam dirinya (intrinsic motivation), sedangkan faktor penarik (pull factors) merupakan faktor eksternal (extrinsic motivation) yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor penarik berhubungan dengan kualitas destinasi yang menarik bagi wisatawan (destination-specific attributes).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Push and Pull Motivations Wisatawan Terhadap Gastro Tourism di Sumatera Barat”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh push motivations terhadap gastro tourism di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh pull motivations terhadap gastro tourism di Sumatera Barat?

## C. Tujuan Penelitian

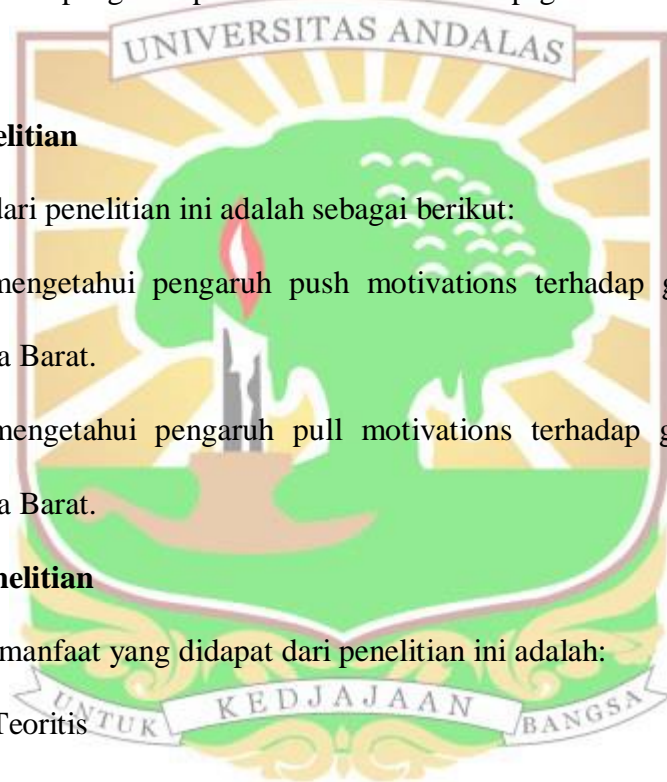
Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh push motivations terhadap gastro tourism di Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh pull motivations terhadap gastro tourism di Sumatera Barat.

## D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah wawasan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan gastro tourism.
  - b. Dapat memberikan sedikit pengetahuan dalam bidang usaha perjalanan pariwisata dalam kajian mengembangkan dan mempromosikan wisata kuliner di Sumatera Barat.



## 2. Manfaat Praktis

### a. Perusahaan

Penelitian ini dapat di harapkan menjadi bahan referensi bagi perusahaan untuk mengetahui motivasi wisatawan terhadap wisata kuliner di Sumatera Barat serta sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya

### b. Manajer

Penelitian ini dapat diharapkan membantu manajer dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan usaha di bidang kuliner.

### c. Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan lebih dalam tentang orientasi gastro tourism.





## **E. Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam penelitian ini akan disajikan dalam lima bab yang terdiri dari :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan proposal penelitian.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Membahas mengenai tinjauan pustaka diawali dengan landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis yang akan diuji untuk mempermudah dalam pemahaman tentang penulisan ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Menguraikan metode penelitian yang berisi variable yang digunakan, defenisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

## **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bab penutup yang menyajikan secara singkat simpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti yang akan datang.

