

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata sudah ada sejak dahulu kala, menurut Suwena dan Widyatmaja (2017), gejala pariwisata telah ada semenjak manusia melakukan perjalanan antar daerah untuk memenuhi kebutuhan primernya. Faktor pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan pun dapat berkembang seiring dengan meningkatnya peradaban manusia yang dimana kebutuhan primer pun semakin banyak dan kompleks. Menurut beberapa ahli, pariwisata telah dimulai sejak manusia melakukan perjalanan untuk ziarah dan keagamaan, selain itu diikuti dengan adanya rasa lapar, haus, ingin tahu, takut, kekuasaan, dan hormat.

Pariwisata di Indonesia diketahui sudah ada sejak Indonesia masih bernama Nusantara. Dalam kitab Negarakertagama ditulis bahwa pada abad XIV Raja Hayam Wuruk bersama dengan pejabat negaranya telah mengelilingi wilayah Majapahit dan terus berkembang seiring perkembangan zaman (Suwena & Widyatmaja, 2017). Pariwisata Indonesia pada zaman sekarang sudah diatur didalam undang-undang Menurut UU No. 10 Tahun 2009, Pariwisata adalah seluruh kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh berbagai kalangan masyarakat dan pemerintah. Ada banyak jenis pariwisata di Indonesia dengan Wisata Kuliner menjadi salah satu yang paling potensial untuk dikembangkan oleh otonomi daerah masing-masing, menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2012) pengembangan pariwisata kuliner berpotensi tinggi dalam meningkatkan perekonomian negara dan daerah serta meningkatkan tercapainya pembangunan berkelanjutan hingga masa mendatang.

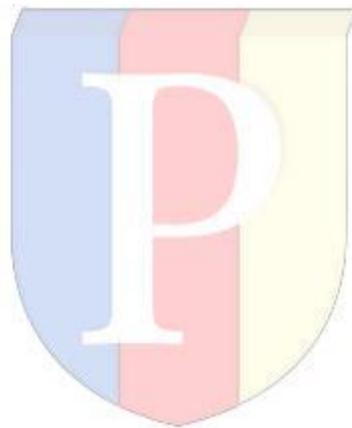
Wisata kuliner merupakan salah satu tradisi yang unik karena setiap daerah mempunyai ciri khas kuliner masing masing dan daya tariknya sendiri. Wisata Kuliner juga termasuk salah satu pendapatan terbesar yang dapat membantu perekonomian negara. Menurut “UU no 10 tahun 2009” tentang pariwisata, perlu adanya pemerataan

di bidang pariwisata untuk mencapai pemerataan nasional yang diperlukan untuk bersaing di dunia global. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2012), sektor wisata kuliner membawa keuntungan yang sangat besar terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia (PDB) yang dimana subsektor kuliner menempati posisi pertama dengan persentase 41,69% diikuti dengan subsektor fashion dan kriya dimana persentasenya adalah 18,15% dan 15,70 (Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif, 2017). Dari banyaknya daerah di Indonesia yang terkenal akan wisata kulinernya, salah satu yang paling unik adalah wisata kuliner dari kota Cirebon.

Terdapat 2 versi dalam sejarah terbentuknya Kota Cirebon yang pertama menurut Putri (2021) dalam naskah Babad Tanah Sunda menceritakan awal mula Cirebon berasal dari sebuah dukuh kecil yang dibangun Ki Gedeng Tapa, seiring berjalannya waktu dukuh kecil ini pun berkembang menjadi sebuah desa yang ramai didatangi oleh berbagai suku-suku bangsa sehingga desa ini dinamakan Caruban yang memiliki asal kata Carub yaitu bersatu padu. Versi yang kedua adalah menurut menurut Baehaqi (2018) dalam kitab Purwaka Caruban Nagari mengatakan bahwa Pangeran Walangsungsang melaksanakan perintah dari gurunya untuk membuka pemukiman di Kebon Pesisir yang dimana pembukaan pemukiman ini bertepatan pada Minggu Kliwon, tanggal 1 Sura tahun Saka 1367 atau 1 Muharam 867H/1445 Masehi. Pemukiman ini kemudian ditinggali oleh para warga yang berprofesi sebagai penangkap udang rebon dan diolah menjadi terasi dan petis. Karena wilayah ini sudah sangat terkenal menjadi penghasil udang rebon maka para masyarakat pun menyebut wilayah ini sebagai Cai (air) dan Rebon (udang rebon) yang semakin berkembang dengan kata yang kita kenal sekarang yaitu Cirebon.

Kota Cirebon merupakan kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota Cirebon berada pada jalur Pantura yang menghubungkan kota Jakarta - Cirebon - Semarang dan Surabaya. Letak geografis ini yang membuat Kota Cirebon menjadi salah satu tujuan wisata yang strategis. Berdasarkan buku yang diambil dari *Jalan-Jalan Ke Cirebon: Segi Jamblang Sampai Batik Trusmi* Nieza (2009), Kota Cirebon memiliki banyak makanan tradisional yang sangat kental dengan kebudayaan kota itu sendiri dan memakai resep yang berasal dari nenek moyang yang telah diturun-

temurunkan antar generasi serta suasana dan gaya penyajiannya yang masih tetap dijaga dari jaman dahulu dengan metode yang sama. Kuliner khas Cirebon yang banyak dikenal diantaranya tahu gejrot, sega jamblang (nasi jamblang), empal gentong, sega lengko (nasi lengko), kue tapel, docang, mie koclok, dan sate kalong.



Tabel 1.1
Daerah Tujuan Wisata Favorit Generasi Muda

Nama Kota	Persentase wisatawan lokal
Yogyakarta	80,4 %
Bali	42,8%
Surabaya	24,6%
Malang	24%
Lombok	14,3%
Medan	9,4%
Padang	7,2%
Semarang	5,7%

Sumber: IDN Research Institute, 2019

Seperti yang terlihat pada table 1.1 mengenai daerah tujuan wisata favorit generasi muda menunjukkan bahwa anak muda Indonesia lebih tertarik menikmati liburan dengan berwisata kuliner ke kota- kota besar seperti Yogyakarta, Bali, Surabaya, Malang, Lombok, Medan, Padang, dan Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya promosi-promosi ke masyarakat luas mengenai potensi kuliner kota Cirebon. Menjelang libur lebaran di tahun 2015 hingga awal tahun 2016, Kota Cirebon mengalami penurunan secara signifikan dibanding tahun sebelumnya. Hunian hotel di Cirebon hanya mencapai 40 sampai 50% (Rofahan, 2016). Kondisi ini disebabkan karena adanya pembangunan jalan tol yang langsung mengarah ke Brebes dan Semarang. Kebanyakan mobil yang mengarah ke Jawa Tengah dan Jawa Timur langsung melewati jalan tol tanpa melewati jalanan kota Cirebon.

Berikut ini adalah survey mengenai Pengetahuan Generasi Muda Terhadap Kuliner Cirebon dan Preferensi Makanan pada Generasi Muda yang diambil dari 50

orang responden yang dimana jumlah ini sudah tervalidasi menurut Delice (2008) mengatakan bahwa survey dari penelitian tidak boleh kurang dari 30 sampel.

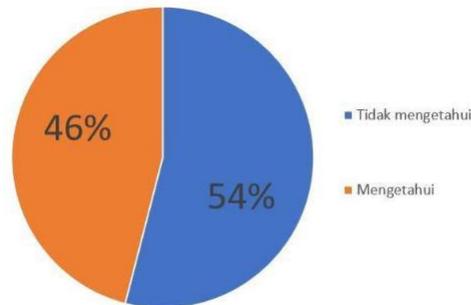


Diagram 1.1

Pengetahuan Generasi Muda terhadap Kuliner

Cirebon Sumber: Olahan Penulis, 2021

Gambar diagram ini menunjukkan pengetahuan generasi muda terhadap kuliner yang ada di Cirebon. Berdasarkan hasil survey yang diambil dari 50 orang responden di area Kota besar seperti Jakarta, sebanyak 54% orang tidak mengetahui kuliner Cirebon dan 46% diantaranya mengetahui kuliner Cirebon.

Data ini sudah tervalidasi dengan baik, karena berdasarkan Delice (2008), untuk sebuah survey yang dilakukan untuk penelitian maka sampel tidak boleh kurang dari 30.

Selain itu, saat ini banyak makanan cepat saji dan juga makanan dari negara lain yang masuk ke Indonesia yang diminati oleh masyarakat Indonesia terutama generasi muda, misalnya seperti makanan dari Negara Italia, Korea, dan Jepang (Sempati, 2017). Penelitian tentang persepsi anak muda terhadap makanan Indonesia juga sudah pernah dilakukan di Surabaya pada tahun 2015, Adiasih dan Brahmna (2017) menemukan bahwa masyarakat terutama anak muda tertarik untuk membeli makanan tradisional jika mengetahui cerita tentang tempat makan tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat terutama generasi muda tidak begitu mengerti tentang makanan tradisional dan mengapa mereka perlu mengonsumsi makanan tradisional

terutama kuliner khas Cirebon. Faktor-faktor yang membuat masyarakat terutama anak muda lebih memilih makanan modern atau makanan dari negara lain ini karena gengsi dan juga penyajian makanan yang lebih menarik. Hal ini dapat mengakibatkan konsumsi terhadap makanan tradisional semakin memudar. Untuk itu, perlu adanya upaya yang lebih untuk menarik wisatawan agar tertarik berkunjung ke Cirebon.

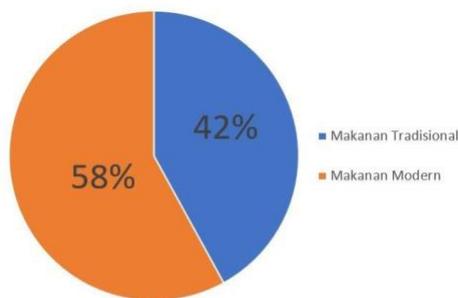


Diagram 1.2
Preferensi Makanan pada Generasi Muda

Sumber: Olahan Penulis, 2021

Gambar diagram ini menunjukkan bahwa kurangnya minat anak generasi muda untuk mencoba kuliner tradisional. Sebanyak 58% responden menyatakan bahwa mereka lebih menyukai makanan modern atau makanan yang berasal dari luar negeri. Sedangkan kurang dari setengah responden dengan persentase 42% diantaranya yang menyukai makanan tradisional khas Indonesia.

Topik ini dibahas agar para masyarakat terutama anak muda di Indonesia dapat diperkenalkan kepada kuliner tradisional khas Cirebon dengan cara disuguhkan video mengenai kota Cirebon yang lebih modern dan *cinematic* karena kuliner khas Cirebon tidak terlalu diminati dan tidak se-populer kuliner dari kota-kota lainnya yang ada di Indonesia. Pengenalan ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia yang cenderung menyukai makanan luar agar lebih mencintai makanan tradisional asal Indonesia. Penelitian ini juga diperlukan untuk memperkenalkan bahwa ada kuliner Cirebon yang tidak populer di kalangan wisatawan namun tetap dinikmati dan dibudidayakan oleh masyarakat lokal yang menunjukkan bahwa kuliner Cirebon adalah salah satu kuliner paling unik yang ada di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

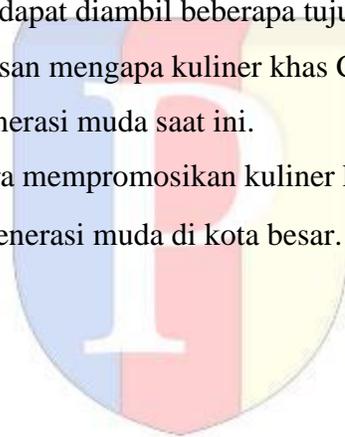
Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan:

1. Mengapa kuliner khas Cirebon belum menjadi favorit masyarakat generasi muda saat ini?
2. Bagaimana cara untuk mempromosikan kuliner khas Cirebon kepada wisatawan terutama generasi muda di Kota Besar?

1.3 Tujuan Penulisan

Dari rumusan masalah diatas dapat diambil beberapa tujuan, diantaranya :

1. Untuk mengetahui alasan mengapa kuliner khas Cirebon belum menjadi favorit masyarakat generasi muda saat ini.
2. Untuk mengetahui cara mempromosikan kuliner khas Cirebon kepada wisatawan terutama generasi muda di kota besar.



1.4 Target Audience

Anak muda yang berada di Indonesia yang berikisar pada umur 12 – 24 tahun dengan profesi rata – rata sebagai pelajar atau mahasiswa akan difokuskan untuk menjadi target *audience*. Menurut data yang diambil dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), usia muda merupakan usia yang berada di pertengahan dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa (Kementerian Kesehatan RI, 2017).

1. Anak muda

Agar anak-anak generasi muda khususnya yang berada di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Medan bisa mendapatkan informasi dan arahan yang detail untuk lebih mengeksplorasi kuliner dari Kota Cirebon.

2. Pecinta Kuliner

Agar para pecinta makanan bisa mendapatkan informasi detail mengenai kuliner di daerah Cirebon sebagai arahan untuk dapat mengeksplor dan mencoba kuliner dari kota Cirebon.

3. Turis

Agar para turis baik dari lokal maupun dari mancanegara bisa mendapatkan informasi detail mengenai kuliner khas Cirebon sebagai arahan untuk bisa mencoba kuliner yang tersebar di seluruh kota Cirebon.

