

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, wisata kuliner merupakan salah satu wisata yang potensial untuk dikembangkan. Aktivitas mengeksplorasi kuliner pada satu destinasi menjadi bagian penting yang dilakukan oleh wisatawan. Menurut Kautsar (2018) eksplorasi kuliner telah menjadi tujuan utama dalam perjalanan wisata, yang berartikan wisatawan dengan sengaja memilih tempat tersebut karena adanya daya tarik kuliner tersebut.

Dalam Undang Undang No 10 Tahun 2009 yang membahas tentang kepariwisataan, berdasarkan undang-undang tersebut wisata yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Beberapa penelitian mengenai wisata kuliner di Indonesia telah banyak dilakukan oleh para peneliti diantaranya adalah E. Besra, (2015), yang meneliti mengenai wisata kuliner di kota padang dalam mendukung kepariwisataan. Hal yang sama juga dilakukan oleh Sunaryo, N. A. (2019) yang melakukan penelitian mengenai tinjauan wisata kuliner di Indonesia. Wisata kuliner dapat dijadikan sebagai faktor pariwisata daerah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliana, J. (2019).

Menurut dewey.petra.ac.id wisatawan adalah orang yang menetap pada suatu daerah untuk berwisata di wilayah tersebut dan wisatawan merupakan orang yang bukan berasal dari daerah tersebut melainkan sebagai pendatang di daerah tersebut . Wisata kuliner merupakan salah satu kegiatan yang sangat digemari oleh masyarakat. Berdasarkan pengertian dari informatif.id, wisata kuliner adalah mengunjungi suatu tempat selain untuk berekreasi tetapi juga menikmati masakan khas tradisional atau masakan yang terkenal di daerah tempat wisata tersebut. Terdapat beberapa segmen dalam wisata kuliner, yaitu food tourism, culinary tourism, dan gastronomic tourism. Hall dan Mitchell (2001) mengatakan bahwa *food tourism* adalah kunjungan ke produsen primer dan sekunder makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi tertentu yang dimana mencicipi dan mencoba

makanan khas merupakan faktor pendorong untuk melakukan perjalanan. Sedangkan *gastronomic tourism* adalah perjalanan pariwisata yang termotivasi oleh minat di makanan dan minuman (Santich, 2004). Dan yang terakhir adalah *Culinary Tourism* adalah penggabungan dari partisipasi konsumsi, persiapan, dan presentasi dalam makanan, masakan, sistem makan dan gaya makanan yang tidak dapat dipisahkan. Biasanya masyarakat atau wisatawan gemar mengunjungi suatu tempat ke tempat lain untuk berwisata di daerah tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa hampir disetiap daerah, kabupaten maupun kota yang ada di Indonesia pasti memiliki kuliner khasnya. Termasuk salah satunya adalah Kota Lautan Api alias Kota Bandung.

Bandung merupakan salah satu kota metropolitan, selain kota Jakarta. Daya Tarik kota kembang ini tidak pernah habis dimakan waktu. Dikutip dari bandung.go.id, Kota Bandung adalah kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Bandung merupakan kota yang hingga saat ini disukai para wisatawan untuk berkuliner. Di kota Bandung terdapat beberapa kuliner khas yang menjadi otentik dari Kota Bandung seperti Tape, Mie Kocok, Soto Bandung, Batagor Bandung, Lotek, dsb. Penelitain mengenai kuliner yang terdapat dikota Bandung sudah pernah dilakukan oleh bebrapa peneliti seprti; Pramezwary, A.,et al (2021) yang melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan Potensi Wisata Kuliner Dan Belanja Kota Bandung. Sejalan dengan hal tersebut penjualan makanan tradisional sunda dapat dilakukan melalui pemanfaatan daya tarik produk wisata kuliner termasuk pepadatan hotel (Fajri, I , 2018). Diambil dari Biro Pusat Statistik, tercatat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Kota Bandung sebanyak 3.741.680 orang, Jumlah UMKM di Kota Bandung pun cukup banyak, diambil dari Dinas KUKM Bandung, terdapat 4.285 UMKM yang bergerak pada bidang kuliner. Dan salah satu tempat wisata kuliner malam yang telah melegendaris di Kota Bandung adalah Perkedel Bondon yang sudah berdiri sejak 1980.

Kekayaan kuliner Indonesia tidak lepas dari pengaruh bangsa asing seperti Eropa dan salah satu makanan yang mendapat sentuhan dari budaya Eropa. Menurut fimela.com. Perkedel sendiri berasal dari kata Belanda “*Frikadeller*”, yang dibawa dari menu makanan Eropa semacam daging giling yang dipadatkan lalu digoreng, lalu dimodifikasi oleh orang Indonesia menggunakan kentang yang dihaluskan, karena pada saat masa penjajahan Belanda, hasil bumi yang murah dan mudah ditemukan adalah kentang. Sebagai kota pariwisata, penyajian kuliner di kota Bandung dapat ditemukan dari mulai pagi hari, siang hari bahkan malam hari. Salah satu wisata kuliner malam hari di Kota Bandung yang menjual perkedel adalah “Perkedel Bondon” yang sudah ada sejak tahun 1980.

Seperti namanya, Perkedel Bondon menjual perkedel kentang sebagai menu andalannya. Uniknya Perkedel Bondon ini memiliki ciri khas yaitu diolah dan dijual pada malam hari, mulai pukul 23.00 WIB. Konon, dulu sebelum krisis moneter, pelanggan perkedel bondon ini kebanyakan Wanita-wanita malam yang habis pulang dari diskotik. Nah, penamaan bondon ini berasal dari bahasa Sunda, yang artinya itu perempuan malam. Sebelumnya Perkedel ini Bernama “Perkedel Hostes” yang memiliki pengertian sama seperti Bondon yaitu perempuan malam atau bisa disebut pramuria, namun seiring berjalan waktu berganti nama dikarenakan warga sunda lebih kerap menggunakan panggilan Bondon. Seiring berjalan waktu dan perkembangan zaman, Perkedel Bondon ini menjadi tujuan masyarakat dan wisatawan yang lapar saat tengah malam, harganya yang murah menjadi daya tarik tambahan yang dicari oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda. Tidak hanya kalangan anak muda saja, banyak juga kalangan diatas usia 30 yang sengaja mampir untuk mencicipi perkedel yang satu ini. Hanya dengan harga Rp.2.500, kita sudah bisa mendapatkan 1 pcs perkedel.

Bisnis Kuliner adalah salah satu bisnis yang berkembang pesat di kota Bandung. Karena banyaknya bisnis yang berkembang seiring zaman, persaingan bisnis kuliner ini juga semakin meningkat. Dari data yang sudah dikumpulkan melalui kuisisioner sebanyak 59 hasil survey, dilihat dari presentase, dengan narasumber 65,9% berusia 15-25 tahun, 27,1% usia 35 tahun keatas, 89,9% Masyarakat Jabodetabek tidak mengetahui Perkedel Bondon, dan sebanyak 74,6% masyarakat belum mencicipi kuliner tersebut. Sampai saat ini belum ada story

telling yang menggambarkan mengenai sejarah dari berdirinya Perkedel Bondon di Kota Bandung. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti kuliner Perkedel Bondon ini melalui makalah ini. Lokasi Perkedel Bondon ada di Jalan Kebun Jati No 42, Kebun Jeruk, Bandung dekat dengan Stasiun Hall Bandung. Tak kalah unik, perkedel ini memiliki jam operasional yang berbeda pada biasanya, Perkedel Bondon ini dijual pukul 23.00 – 04.00 WIB.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sejarah Perkedel Bondon di Kota Bandung?
2. Bagaimana keunikan membuat Perkedel Bondon?
3. Bagaimana proses bisnis Perkedel Bondon?

1.3. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penulisan dalam *story telling* ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejarah Perkedel Bondon di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui keunikan pembuatan Perkedel ala Perkedel Bondon.
3. Untuk mengetahui proses bisnis Perkedel Bondon.

1.4. Target Audience

- a) Generasi Milenial

Storytelling ini ditujukan kepada generasi milenial usia 15 – 35 tahun yang suka wisata kuliner dan ingin mencicipi berbagai macam kuliner autentik.

- b) Wisatawan Lokal dan Internasional

Storytelling ini ditujukan kepada wisatawan lokal maupun internasional yang suka berwisata kuliner. Yang ingin mencoba makanan baru dan mendapatkan rasa yang unik.