

# BAB I

## LATAR BELAKANG

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan mekanisme penting untuk pembangunan di banyak negara berkembang, di mana harapan untuk peningkatan ekonomi didasarkan pada jumlah pendapatan pariwisata (Simon et al., 2015). Bapak Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021) menyatakan bahwa pendapatan dari sektor pariwisata pada tahun 2020 menyumbang devisa negara sebanyak 3,2 miliar dolar AS. Meskipun mengalami penurunan sebanyak 74,8% akibat pandemi, tetapi pariwisata masih menyumbang devisa terbesar bagi Indonesia, bahkan dalam lima sampai 10 tahun kedepan ditargetkan untuk mengalami kenaikan sebanyak 10-15% dan meningkatkan kontribusi ke *product domestic bruto (PDB)* sebanyak 4.3%. Hal ini menunjukkan besarnya potensi dan peluang sektor pariwisata untuk kembali bangkit.

Saat ini gastronomi merupakan sebuah instrumen fundamental bagi pengembangan pariwisata di sebuah destinasi (Nicoletti et al., 2019). Literatur terbaru mengenai wisata kuliner menyoroti pentingnya pengelolaan wisata gastronomi yang memadai dan optimal sebagai mesin sektor pariwisata (Omar et al., 2019). Gastronomi merupakan sebuah studi yang membahas tentang hubungan diantara budaya dalam menikmati makanan dan minuman di sebuah daerah. Gastronomi mempelajari berbagai komponen budaya dengan makanan

sebagai pusat analisis. Kuliner tidak hanya memaknai makanan dan minuman sebagai pemuasan kebutuhan, tetapi juga memandangnya dari sudut pandang kuliner daerah sebagai aspek budaya dan aset daerah dalam pengembangan industri pariwisata (Etrata, 2021).

Pariwisata sebagai industri yang siap bangkit perlu memperhatikan keberlanjutan dari produk wisatanya, terutama produk wisata gastronominya. Gastronomi dapat menjadi nilai jual utama dalam memperkuat citra pariwisata suatu negara dan mempromosikan warisan budayanya (Lim et al., 2020). Peran wisata gastronomi Indonesia adalah memasyarakatkan masakan nasional, dengan mempelajari dan memperkenalkan hubungannya terhadap sejarah, budaya maupun tradisi dari suatu bangsa. Mencoba makanan lokal merupakan bagian dari mendapatkan pengalaman budaya yang dapat dinikmati (Pramezwary et al., 2022)

Asisten Deputi Pengembangan Destinasi Wisata Budaya Kementerian Pariwisata, Lokot Ahmad Enda (2016) mengatakan Indonesia memiliki potensi kuliner yang sangat kaya. Selain itu, setiap daerah memiliki ciri sejarah tersendiri tentang bagaimana setiap makanan disiapkan. Format Gastronomi Wisata memakai scope Gastronomi, yakni *Food Story* - yang berkaitan dengan cerita dibalik makanan, *Food Assessment* – berkaitan dengan bagaimana makanan sampai ke meja) dan *Table Manners* yang merupakan tata cara mengkonsumsi makanan dan minuman) (Ketaren, 2021). Tata cara makan mendefinisikan arti makanan. Makan adalah kebutuhan fisik, tetapi makan adalah ritual sosial (Jones, 2011).

Menurut Winarko (2020) sebagai Penasehat *Indonesian Chef Association (ICA)* budaya tradisional mulai kurang terlihat, terutama dalam hal makanan. Banyak kuliner di daerah ini yang mulai ditinggalkan demi hidangan modern yang dianggap lebih enak dan menarik. Salah satu aset gastronomi Indonesia yang mulai jarang dikenali adalah tata cara makan tradisional seperti: Bajamba dari Sumatera Barat, Saprahan dari Kalimantan Barat, Patita dari Maluku, Megibung dari Bali, Ngeliwet dari Jawa Barat padahal menurut Gubernur Kalimantan Barat, H, Ria Norsan (2019) tradisi atau tata cara makan merupakan warisan budaya yang dapat menciptakan kearifan lokal, yang kemudian juga dapat dikembangkan dan jika dikemas dengan baik dapat memberikan keuntungan secara ekonomi.

Salah satu tata cara makan tradisional Indonesia yang sudah menjadi produk wisata gastronomi adalah Makan Bajamba yang berasal dari Nagari Jawi-jawi, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dalam artikel ‘Mengapa Pariwisata Sumatera Barat Berbeda?’ tahun 2020 menyampaikan bahwa kunjungan wisatawan ke Sumbar di motivasi oleh keinginan untuk mencicipi makanan lokal yang khas/ Kekayaan gastronomi yang sudah terkenal dan mendunia seperti: Nasi Padang, Nasi Kapau, Gulai, dan Rendang, didukung juga dengan adanya Makan Bajamba.

Makan Bajamba merupakan sebuah tata cara makan beradat yang dilakukan oleh masyarakat Minangkabau - Sumatera Barat, dimana orang-orang duduk bersama di suatu ruangan, berkumpul kemudian makan bersama-

sama dengan mengikuti aturan yang ada dalam adat. Tata cara makan ini ditujukan untuk mempererat tali persaudaraan antar sesama manusia, dan juga sebagai bukti keakraban di suku Minang. Diantara banyaknya wilayah yang ada di Sumatera Barat yang masyarakat setempatnya melakukan Makan Bajamba, ada satu wilayah yang menjadikan Makan Bajamba sebagai sebuah produk wisata, yaitu Nagari Jawi-Jawi, Kabupaten Solok. Dilihat dari sosial media Dinas Pariwisata Kabupaten Solok, Makan Bajamba pun telah dijual sebagai paket wisata gastronomi andalan daerah ini. Selain itu, Makan Bajamba yang berasal dari Nagari Jawi-jawi ini sudah ditetapkan sebagai warisan budaya takbenda nasional dari

Sebagai sebuah aset gastronomi Indonesia, Makan Bajamba dapat menjadi ciri khas yang menambah nilai jual dan memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat di destinasi setempat. Oleh sebab itu, Makan Bajamba sangat perlu diperhatikan keberlanjutannya agar dapat terus dikenal sehingga nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam budaya tidak hilang tergerus modernisasi. Penelitian ini membahas tentang bagaimana tradisi makan tradisional dapat dikemas menjadi sebuah produk gastronomi yang menarik, dengan tetap memperhatikan unsur pembangunan pariwisata berkelanjutan dalam upaya menggali potensi pengembangan produk wisata gastronomi yang berkelanjutan. Banyak penelitian sebelumnya yang membahas makan Bajamba dari aspek budaya, filosofis, dan sebagainya (Rahmatika et al., 2021; Yulniza, 2021), namun masih minim yang membahas tentang makan Bajamba

sebagai produk wisata gastronomi yang memiliki potensi ekonomi untuk dikemas dan dipromosikan sebagai atraksi wisata.

## **B. Rumusan Masalah**

Setelah mengetahui latar belakang masalah, maka masalah dalam penelitian dirumuskan menjadi:

1. Bagaimanakah proses menjadikan Makan Bajamba sebagai produk wisata gastronomi?
2. Bagaimana Makan Bajamba dapat memberikan manfaat ekonomi?
3. Bagaimana peran dan keterlibatan para pemangku kepentingan yang terlibat dalam mengembangkan dan melestarikan Makan Bajamba?
4. Upaya apa saja yang perlu dilakukan untuk mengembangkan potensi Makan Bajamba menjadi produk wisata gastronomi yang berkelanjutan?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana Makan Bajamba dapat dijadikan sebagai produk wisata gastronomi.
2. Untuk mengetahui bagaimana Makan Bajamba dapat memberikan manfaat ekonomi.
3. Untuk mengetahui peran dan keterlibatan para pemangku kepentingan yang terlibat dalam mengembangkan dan melestarikan makan Bajamba

4. Untuk mengetahui upaya apa saja yang perlu dilakukan untuk mengembangkan potensi Makan Bajamba menjadi produk wisata gastronomi yang berkelanjutan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

- 1 Manfaat bagi Industri Pariwisata

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu industri pariwisata, khususnya destinasi dengan tata cara makan tradisional untuk mengetahui bagaimana sebuah tata cara makan tradisional sebagai sebuah produk wisata gastronomi dapat berkelanjutan.

- 2 Manfaat bagi Akademisi

Melalui penelitian ini diharapkan berkontribusi untuk membuka wawasan dan memberikan kontribusi ilmu mengenai tata cara makan tradisional Indonesia, serta mendorong penelitian selanjutnya mengenai keberlanjutan tata cara makan tradisional Indonesia.

- 3 Manfaat bagi Pemerintah

Melalui penelitian ini diharapkan pemerintah dapat terbantu dalam mengupayakan keberlanjutan tata cara makan tradisional Indonesia.