

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Negara Indonesia dikenal dengan negara yang memiliki kebudayaan beragam, disetiap daerah memiliki keunikannya masing-masing. Demikian dengan jajanan dan kudapan ringan khas yang ada di tiap daerah. Setiap daerah memiliki ciri khas yang unik sebagai mana pada budaya dan makanan khas yang sudah ada pada daerah itu sendiri. Kekhasan dan keunikan ini kerap menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Meskipun masih dalam satu negara Indonesia, cita rasa makanan tradisional setiap daerah memiliki keunikan tersendiri. Dengan adanya perbedaan cita rasa dalam konteks makanan tradisional ini membuat keberagaman yang terdapat di setiap daerah di Indonesia menjadi hal yang penting untuk diperhatikan dan dilestarikan, supaya tetap terjaga dan kekal dalam riwayat budaya Indonesia.

Dalam sebuah buku berjudul *Makanan Tradisional Indonesia* yang diterbitkan oleh Universitas Gajah Mada tertulis bahwa makanan tradisional adalah makanan yang diolah dari bahan pangan hasil produksi setempat, dengan proses yang telah dikuasai masyarakat dan hasilnya adalah produk yang memiliki citarasa, bentuk serta cara makannya dikenal, dan menjadi ciri khas kelompok masyarakat tertentu (Harmayani, Santoso, dan Gardjito, 2017). Adapun menurut keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.942/MENKES/SK/VII/2003, menjelaskan bahwa makanan jajanan adalah makanan dan minuman yang diolah oleh pengrajin makanan di tempat penjualan dan atau disajikan sebagai makanan siap santap untuk dijual bagi umum selain yang disajikan jasa boga, rumah makan atau restoran, dan hotel. Untuk variasi kuliner tradisional Indonesia, dikelompokkan menjadi dua kategori dominan yaitu makanan tipe berat dan makanan tipe ringan. makanan ringan meliputi jenis makanan seperti jajanan pasar dan makanan

penutup (*dessert*) atau camilan (*snack*). Jajanan pasar juga terdiri atas beberapa rasa yang banyak digemari oleh masyarakat seperti rasa manis, asin, dan pedas. Dari ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa jajanan pasar merupakan sebuah kudapan ringan yang di perjualbelikan di setiap daerah dengan cita rasa yang khas di daerah tersebut.

Pada perkembangan era globalisasi saat ini di duga membuat eksistensi jajanan pasar semakin tersisihkan oleh makanan non-tradisional yang dinilai lebih modern dan kekinian, seperti contohnya makanan *fast food*. Hal ini tentu bisa menjadi situasi yang cukup buruk untuk keberadaan industri jajanan tradisional. Fenomena tersebut biasanya banyak ditemui pada lingkup hidup masyarakat urban, dimana mobilisasi media, informasi dan gaya hidup lebih cepat dibandingkan dengan daerah lainnya. Dikutip dari acara televisi *Netflix* yang dibintangi oleh Anthony Bourdain di *World Street Food Congress* di negara Singapura mengatakan bahwa, "*Indonesian cuisine is the motherland of Southeast Asian food*". Pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa makanan dan jajanan di negara Indonesia sudah diakui oleh ahli makanan dari luar negeri. Hal ini tentu dapat dijadikan berita baik untuk industri jajanan pasar tradisional Indonesia untuk lebih berkembang kedepannya.

Dalam merespon konteks tersebut, diperlukan suatu tindakan untuk melestarikan dan memperkenalkan makanan tradisional asli Indonesia, terutama kudapan berjenis jajanan pasar. Publikasi jajanan pasar dengan cara menyediakan fasilitas yang berisi jajanan pasar dapat menjadi salah satu cara menarik masyarakat luas untuk melestarikannya kembali. Jajanan pasar sendiri biasanya di jual di toko ataupun jongko yang bertempat di pasar tradisional lokal, sebagian orang beranggapan bahwa jajanan pasar kurang diperhatikan aspek kebersihan dan kelayakan tempat jual beli. Beberapa pangan jajanan pasar biasanya masih cenderung memiliki resiko terkontaminasi mikroba berbahaya yang dapat beresiko terhadap kesehatan ketika di konsumsi, hal ini dapat di akibatkan oleh berbagai macam hal seperti proses pembuatan, tempat penyimpanan tidak steril dan menjajakan

jajanan yang kurang diperhatikan (Riani 2007).

Perancangan fasilitas yang di khususkan untuk memperoleh pengalaman melihat, membuat, dan mencicipi jajanan pasar dari beberapa daerah yang berbeda dapat menjadi daya pikat terhadap masyarakat untuk kunjungan wisata kuliner. Wisata kuliner sendiri dapat diartikan sebagai wisata yang didorong oleh adanya rasa keinginan untuk melakukan kunjungan/darmawisata ke tempat-tempat wisata yang menawarkan festival makanan, restoran, cara pembuatan makanan, dan atau suatu lokasi dengan tujuan untuk mencoba suatu makanan (Hall et al., 2003). Wisata ini menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi dan edukasi. Daya tarik wisata kuliner tergantung pada keragaman aktivitas kuliner, makanan khas, lokasi yang nyaman dan bersih. Desain ruangan yang unik dan menarik, pelayanan yang baik, ada peluang untuk bersosialisasi, dan interaksi budaya kuliner. Produk kuliner tidak hanya menampilkan "makanan khas" akan tetapi dapat berkembang menjadi suatu media interpretasi yang memperluas wawasan wisatawan. Wawasan ini tidak hanya berkutat seputar cita rasa, namun juga menambah pengetahuan tentang cara makan, bahan yang digunakan, dan juga cara pengolahannya.

Kota Bandung adalah salah satu kota wisata terbaik Indonesia, hal ini didukung oleh penghargaan yang diterima oleh wali kota Bandung dalam acara penyelenggaraan Indonesia Attractivness Award (IAA) 2018 Kota Bandung dinyatakan sebagai Kota Pariwisata Terbaik. Sejak tahun 2011 Kota Bandung telah ditetapkan sebagai salah satu Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) di Provinsi Jawa Barat (KPPN Bandung Kota dan sekitarnya) dan merupakan bagian dari Destinasi Pariwisata dikenal luas dimulai dari provinsi Jawa Barat, kemudian nasional maupun Internasional. Terdapat beberapa daya Tarik yang dimiliki oleh Kota Bandung, diantaranya adalah nilai historis, akses transportasi, udara yang sejuk, wisata kuliner, dan juga budaya (Susanto, 1997),

Wisata kuliner di Kota Bandung adalah salah satu wisata yang digemari oleh para wisatawan. Menurut seorang ahli pariwisata Andar Danova Goeltom, M.Sc. Bandung sudah di kenal sebagai pusat kuliner nusantara sejak tahun 1941, hal ini dikarenakan Bandung memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia. Kebanyakan wisatawan tertarik dengan jenis makanan yang banyak, di Kota Bandung juga terdapat banyak makanan yang terbilang murah, salah satunya adalah jajanan pasar asal Jawa Barat. Jajanan pasar ini biasa ditemui berupa penjaja yang berjualan di pinggir jalan, gerobak-gerobak atau kios-kios kecil. Selain harganya yang murah, jajanan pasar juga memiliki cara pembuatan yang unik, dan juga peralatan yang digunakan adalah peralatan tradisional sehingga hal itu menjadi daya tarik tersendiri menurut wisatawan.

Masih terbatasnya sebuah fasilitas yang memiliki fungsi sebagai sarana wisata edukasi kuliner jajanan pasar di Indonesia dapat menyebabkan masyarakat kurang awas terhadap jajanan pasar Indonesia yang semakin hari semakin terlupakan. Selain menjadi fasilitas yang memberikan wisata edukasi fasilitas ini juga memberikan kesempatan untuk masyarakat saling mengenal dengan budaya dan kebudayaan masyarakat daerah lain lewat jajanan pasar. Maka dirancanglah sebuah fasilitas dalam perancangan Pusat Wisata Edukasi Kuliner Jajanan Pasar Indonesia, sebagai usaha dalam membantu merespon konteks tersebut.

## **1.2 Fokus Permasalahan**

1. Perlu nya fasilitas publik yang memberikan fasilitas wisata edukasi kuliner mengenai jajanan pasar di Indonesia, hal ini didasari dari mulai berkurangnya minat masyarakat terhadap kudapan tradisional. Situasi ini dapat disebabkan karena kurangnya informasi edukasi dan pengenalan jajanan pasar secara langsung, seperti proses pembuatan, bentuk dan citra rasa kudapan. Dalam menganggapi nya fasilitas publik berupa fasilitas wisata edukasi kuliner di anggap mampu menjadi

jawaban dan penunjang dalam permasalahan pengenalan jajanan pasar tradisional di Indonesia.

2. Merancang interior ruang yang dapat mempresentasikan bahwa Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang terdiri dari belasan ribu pulau dengan lima pulau besar (Sumatra, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Papua) yang diambil menjadi wakil ikon kepulauan. Adapun pemilihan pembatasan 4 kategori pengolahan (rebus, goreng, kukus dan panggang/bakar) dalam fasilitas jual beli kudapan.

### **1.3 Permasalahan Perancangan**

1. Bagaimana merancang sebuah fasilitas yang dapat menjadi sarana aktivitas Wisata Edukasi Kuliner Jajanan Pasar Indonesia?
2. Bagaimana merancang interior ruang yang dapat memberikan batasan pemilihan aspek-aspek dalam perancangan Wisata Edukasi Kuliner Jajanan Pasar Indonesia?

### **1.4 Ide / Gagasan Perancangan**

Gagasan yang diterapkan dalam perancangan Interior yang berada di Kota Bandung dengan tema Fasilitas Kuliner Jajanan Pasar Nusantara ini diantaranya adalah sebagai berikut

1. Kota Bandung adalah salah satu kota yang dikenal dengan kota wisata. Hal ini dikarenakan banyaknya potensi yang dimiliki oleh Kota Bandung, salah satunya adalah wisata kuliner yang banyak diminati oleh wisatawan. Dengan adanya potensi tersebut muncul keinginan untuk memperkenalkan lebih luas makanan-makanan tradisional yang ada di Kota Bandung dan sekitarnya. Maka dari itu gagasan perancangan pada fasilitas ini adalah menciptakan suatu fasilitas yang

dapat menghadirkan suasana Teras Kota Bandung namun dikemas dengan gaya masa kini agar pengunjung dapat merasakan suasana Kota Bandung dengan peralatan tradisional namun tetap kekinian dan nyaman.

2. Jajanan tradisional biasanya memiliki cara tersendiri dalam mengelola setiap jajanan yang berbeda. Di zaman modern ini tidak banyak yang tahu bagaimana cara mengelola jajanan tersebut atau pun alat-alat yang digunakannya. Hal ini menjadi hal yang tidak biasa dan unik bagi sebagian orang khususnya bagi para pendatang. Hal tersebut dapat menarik minat para pengunjung.

### **1.5 Maksud dan Tujuan Perancangan**

Menyediakan sebuah fasilitas yang dapat menjadi sarana wisata edukasi dan jual beli kuliner jajanan pasar Indonesia. Bertujuan sebagai fasilitas yang memperkenalkan jajanan pasar Indonesia kepada masyarakat luas, terutama kuliner jajanan pasar kota Bandung.