

**INOVASI PRODUK BERBAHAN DASAR TEH MENJADI SELAI SUSU TEH SEBAGAI
OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BANDUNG**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
Prodi Manajemen Industri Katering



oleh:

Muhammad Taofik Rahman

1909104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KOTA BANDUNG**

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Inovasi Produk Berbahan Dasar Teh Menjadi Selai susu teh sebagai oleh-oleh Khas Kabupaten Bandung" ini berserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 18 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan



Muhammad Taofik Rahman

NIM. 1909104

LEMBAR PENGESAHAN

**INOVASI PRODUK BERBAHAN DASAR TEH MENJADI SELAI SUSU TEH
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan

oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si

NIP. 1971039.201012.2.001



Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si

NIP. 9202004.1991901.5.201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si

NIP. 1971039.201012.2.001

MUHAMMAD TAOFIK RAHMAN

1909104

**INOVASI PRODUK BERBAHAN DASAR TEH MENJADI SELAI SUSU TEH SEBAGAI
OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BANDUNG**

ABSTRAK

Selai merupakan suatu produk olahan yang diawetkan. Tekstur dari selai adalah kental atau setengah padat. Selai yang dijual dipasaran mayoritas memakai buah sebagai bahan utama pembuatan. Pada penelitian ini, penulis akan membuat selai berbahan dasar susu *Camellia sinensis* yang biasa dikenal masyarakat Indonesia adalah teh. Teh yang dapat tumbuh pada ketinggian 200-2.300 meter di atas permukaan laut. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan bahan pangan lokal dengan menggunakan susu dan teh khas Kabupaten Bandung lebih tepatnya daerah Kertasari Pangalengan. Variance (ANOVA) dan analisis deskriptif. Hasil uji organoleptik menunjukkan sampel terbaik yang memiliki tingkat kesukaan paling tinggi yaitu sampel SST-2. Selanjutnya, peneliti melakukan perhitungan harga jual, membuat desain kemasan dan label dan terakhir produk dilakukan uji daya terima konsumen kepada 100 orang terhadap sampel SST-2. Hasil uji daya terima konsumen mendapatkan skor sebesar 4.122 yang masuk ke dalam kategori sangat diterima, untuk mengetahui bentuk strategi peneliti akan menggunakan strategi pemasaran 4P (*Product, Place, Price, and Promotion*) dan STP (*Segmenting, Targetting, and Positioning*). Seperti menetapkan promosi melalui media sosial untuk menarik konsumen melalui berbagai macam konten baik berupa *photo, video* ataupun *games* dan akan menyediakan *marketplace* juga seperti Shopee, Instagram shop, Tiktok Shop dan lain-lainnya untuk memenuhi keinginan konsumen dalam transaksi.

Kata Kunci : inovasi produk, selai, teh, susu, oleh-oleh, 4P, STP

MUHAMMAD TAOFIK RAHMAN

1909104

***INNOVATION OF TEA-BASED PRODUCTS INTO TEA MILK JAM AS A TYPICAL
SOUVENIR OF BANDUNG REGENCY***

ABSTRACT

Jam is a preserved processed product The texture of jam is thick or semi-solid. The majority of jam sold in the market uses fruit as the main ingredient. In this research, the author will make jam made from camellia sinensis milk which is commonly known to the Indonesian people as tea. tea that can grow at an altitude of 200-2,300 meters above sea level. It aims to increase the utilization of local food ingredients by using milk and tea typical of Bandung Regency more precisely Kertasari Pangalengan area, Variance (ANOVA) and descriptive analysis. The results of the organoleptic test showed that the best sample that had the highest level of liking was sample SST-2. Furthermore, researchers calculated the selling price, made packaging and label design and finally the product was tested for consumer acceptance to 100 people on sample SST-2. The results of the consumer acceptance test received a score of 4,122 which fell into the very acceptable category, to find out the form of strategy researchers will use the 4P (Product, Place, Price, and Promotion) and STP (Segmenting, Targeting, and Positioning) marketing strategies. Such as setting promotions through social media to attract consumers through various kinds of content in the form of photos, videos or games and will also provide marketplaces such as Shopee, Intagram shop, Tiktok Shop and others to fulfill consumer desires in transactions.

Keywords : product innovation, jam, tea, milk, souvenirs, 4P, STP

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PRAKATA	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Keilmuan	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Pariwisata	9
2.2 Wisata kuliner	9
2.3 Produk	10
2.4 Inovasi Produk	10
2.5 Teh	11
2.6 Susu	12
2.7 Selai	12
2.7.1 Faktor Utama yang Memengaruhi Pembuatan Selai	13
2.7.2 Metode Pembuatan Selai susu teh	14
2.8. Sterilisasi	14
2.9. Buah Tangan atau Oleh-oleh	15

2.10.	Formulasi Resep.....	16
2.11.	Kemasan.....	16
2.12.	Label.....	17
2.13.	Harga jual.....	18
2.14.	Promosi Harga Jual.....	19
2.15.	Uji Organoleptik.....	19
2.16.	Uji Kesukaan (Uji Hedonik).....	21
2.17.	Daya Terima Konsumen.....	21
2.18.	Pemasaran.....	22
2.19.	Marketing Digital.....	23
2.20.	Bentuk Promosi.....	24
2.21.	Penelitian Terdahulu.....	24
2.22.	Kerangka Pikiran.....	32
2.23.	Hipotesis.....	33
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		34
3.1.	Desain Penelitian.....	34
3.2.	Metode Penelitian.....	34
3.3.	Populasi dan Sampel.....	34
3.4.	Operasional Variabel.....	35
3.4.	Instrumen Penelitian.....	39
3.4.1.	Kitchen Project.....	40
3.4.2.	Pembuatan Kemasan Dan Label.....	43
3.5.	Penentuan Strategi pemasaran.....	44
3.6.	Menentukan Bentuk Promosi.....	44
3.7.	Daya Terima Konsumen.....	44
3.8.	Teknik Penarikan Sampel.....	45
3.9.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	45

3.9.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.9.2.	Alat Pengumpulan Data.....	45
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1.	Formulasi Resep.....	46
4.2.	Kerangka Proses Pembuatan Produk.....	55
4.3.	Uji Organoleptik.....	56
4.3.1.	Identitas Panelis Semi Terlatih.....	56
4.3.2.	Karakteristik Uji Organoleptik.....	62
4.4.	Kandungan Gizi.....	68
4.5.	Kemasan dan Label.....	69
4.5.1.	Kemasan.....	69
4.5.2.	Label.....	70
4.6.	Harga Jual.....	71
4.6.1.	Harga Pokok Produk.....	71
4.6.2.	Harga Jual Produk.....	72
4.7.	Daya Terima Konsumen.....	74
4.7.1.	Identitas Panelis Konsumen.....	75
4.7.2.	Uji Daya Terima Berdasarkan Kualitas Produk.....	83
4.7.3.	Hasil Uji Daya Terima Konsumen.....	88
4.8.	Strategi Pemasaran.....	89
4.8.1.	4P (<i>Product, Place, Price, and Promotion</i>).....	89
4.8.2.	STP (<i>Segmenting, Targetting, and Positioning</i>).....	90
4.8.3.	Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	91
4.9.	Daya Terima Konsumen.....	91
4.9.1.	Identitas Panelis Konsumen.....	92
4.9.2.	Uji Daya Terima Berdasarkan Kualitas Produk.....	101
4.9.3.	Hasil Uji Daya Terima Konsumen.....	106

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	107
5.1. Simpulan	107
5.2. Saran	107
DAFTAR RUJUKAN.....	109
LAMPIRAN	113

DAFTAR RUJUKAN

- Aang Curatman, dkk. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*. Jurnal Logika. Vol. XVIII, No. 3. ISSN 2442-5176.
- Ajisaka. 2012. *Teh Dahsyat Khasiatnya*. Surabaya: Stomata.
- Aloysius Rangga Aditya Nalendra, d. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia.
- Amrihati, E. T., & Karina, S. M. (2017). *Pengembangan Kuliner*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Ananda, Pradita. 2017. Food Story: Kenal Lebih Dekat, Sejarah Singkat Roti Peanut Butter dan Selai Jelly. Juli 28. Accessed November 09, 2022. <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/07/28/298/1745626/food-story-kenal-lebih-dekat-sejarah-singkat-roti-peanut-butter-dan-selai-jelly>.
- Ayustaningwarno, F. 2014. *Aplikasi Pengolahan Pangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Citarum. (2015). Kecamatan Kertasari Sebagai Zona Inti Hulu Sungai Citarum. [Online]. Diakses dari: <http://citarum.org/info-citarum/berita-artikel/1865-kecamatan-kertasari-sebagai-zona-inti-hulu-sungai-citarum.html>. Diakses pada 24 Mei 2023
- Crawford & De Benedetto. 2000. *Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Darmadi. (2008). *Infeksi Nosokomial: Problematika dan Penanganannya*. Jakarta: Salemba Medika.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dimiyati, Model Struktural Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kegunaan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 10 No. 1, Agustus 2012. hal. 5
- Darwin, P. 2013. *Menikmati Gula Tanpa Rasa Takut*. Sinar Ilmu. Yogyakarta.
- Ermawati, E. (2019). *Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor*. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Febriyantoro, Mohammad, Trio, dan A. D. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.

- Fadhilah, S. C. H. (2021). VARIASI PENCAMPURAN TEPUNG KACANG MERAH TERHADAP KARAKTERISTIK FISIK, ORGANOLEPTIK DAN KADAR SERAT PANGAN PADA KAASSTENGELS (Doctoral dissertation, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta).
- Goyena, R. dan, & Fallis, A. (2019). *Manajemen Bisnis. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Goeldner, C. R. Ritchie, J. R. Brent. (2009). *Tourism Principles Practices Philophies*. 7 th edition. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Hall, C. Michael, et. al. 2003. *Food Tourism Around The World: Development, management, and markets*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Hakim, Nelly, dkk. 2001. *Tata Kecantikan Kulit Tingkat Terampil*. Jakarta: PT Carina Indah Utama.
- Hadiwiyoto. 1994. *Pengujian Mutu Susu Dan Hasil Olahannya*. Yogyakarta: Liberty. Hal: 5.
- Hasanuddin. 2001. *Pengaruh Santan Kelapa sebagai Substansi Sumber Lemak terhadap Kualitas Es Krim. Skripsi. Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin. Makassar*.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh atribut kemasan makanan dan karakteristik konsumen terhadap pembelian. *Agriekonomika*, 6(1), 72-85.
- Indriyani, F., Nurhidajah, N., & Suyanto, A. (2013). *Karakteristik Fisik, Kimia Dan Sifat Organoleptik Tepung Beras Merah Berdasarkan Variasi Lama Pengeringan*. *Jurnal Pangan Dan Gizi*, 4(8), 116231. <https://doi.org/10.26714/jpg.4.2.2013>.
- Indahri, S. N. Q. E. A. A. S. S. Y., & Prayitno, U. S. (2018). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Melalui. In Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- jabar.bps. (2021). Produksi Tanaman Teh. [Online]. Diakses dari: <https://jabar.bps.go.id/indicator/163/322/1/produksi-tanaman-teh.html>. Diakses pada 29 Mei 2023
- JawiHerbs. 2016. Selai Berasal dari Bahasa Prancis. Accessed November 9, 2022. <http://jawiherbcorp.blogspot.com/2016/01/selai-berasal-dari-bahasa-prancis.html>
- Julianti, E. dan M. Nurminah. 2006. *Buku Ajar Teknologi Pengemasan*. Medan: Universitas Sumatera Utara – Press.

- Kotler, P & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York
- Kotler,P. & Armstrong,G. (2012). *Principles of marketing: global edition(14thed.)*. New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, Arief Rahman. (2014). *Total Marketing*, Yogyakarta: Kobis
- Kumparan food. 2018. Tips Membuat Selai Buah Rumahan agar Lebih Lezat. Accessed November 09. <https://kumparan.com/@kumparanfood/tips-membuat-selai-buah-rumahan-agar-lebih-lezat-1537548146553782751>.
- Leslie, David. (2019). *Sustainable Tourism: A Comprehensive Guide to Policies, Practices and Innovations*.
- Minta Harsana. 2008. Wisata Kuliner di Yogyakarta: *Studi Kasus Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk dan Penyajian Makanan di Taman Kuliner Condongcatur dan Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. scholar.google.co.id>citations. Diakses 29 Oktober 2022.
- Maulana, Imam, D., & Prasetia, A. R. (2015). *Strategi Kreatif Usaha Kuliner Indonesia Untuk Memperluas Pasar Ke Kawasan Asia Tenggara Dalam Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*.
- Muhammadiyah. 2013. *PENGUJIAN ORGANOLEPTIK* Program Studi Teknologi Pangan Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Muchtadi, T.R. 1997. *Teknologi Proses Pengolahan Pangan*. IPB-Press. Bogor
- Mas'ari, Ahmad, D. (2019). *Analisa Strategi Marketing Mix Mengguakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion)* Pada Pt. Haluan Riau. 5(2), 79–86.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Nurliyani, 2008. *Pengertian Susu Secara Umum*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Puspitasari, Ni Putu Diah, D. (2019). *Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul*. 2(2), 165–171.
- Pandiangan, Andreas, Faizah Hamzah, and Rahmayuni. 2017. "*Pembuatan Selai Campuran Buah Pepaya dan Buah Terung Belanda*." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian* 4 (2): 1-15.
- Rasunto, Sati .2018. Great Mind. Desember 22. Accessed Oktober 8, 2022. <https://greatmind.id/article/buahtangan-buah-pikiran>.

- Samodro. 2018. "Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan." *Widyakala* 5 (1).
- Suryani. 2004. *Membuat aneka selai*. 1. Semarang: akarta Penebar Swadaya.
- Subagjo, A. (2007). *Manajemen Pengolahan Kue & Roti*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutejo, R. 1972. *Teh*. Penerbit Surungan. Jakarta
- Sakti, L. (2015). *PENGARUH SUBSTITUSI TEPUNG WORTEL (Daucus 775 carota L.) PADA PEMBUATAN TAKOYAKI TERHADAP DAYA TERIMA KONSUMEN*. In Skripsi.
- Suryadi, T. M. (2016). *Penerapan Standar Resep Di Dakken Coffee and Steak Bandung*. Jurusan Hospitaliti, Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Suarsana, N. (2007) *Pengendalian Biaya Departemen F&B di Perhotelan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Salsabila, M., & Ratnasari, A. (n.d.). Promosi Produk Footwear di Instagram. 319–323.
- Sipahelut, S. G., Patty, Tetelepta, G., Patty, J. A., 2017. *Kajian penambahan minyak atsiri dari daging buah pala (Myristica fragrans Houtt) pada cake terhadap daya terima konsumen*. *Jurnal Sains dan Teknologi Pangan* Volume 2 Nomor 2, P. 486-495
- Sidauruk, Mutiara Y. 2011. *Studi Pembuatan Selai Campuran Dami Nangka (Artocarpus heterophyllus) dengan Belimbing Wuluh (Averrhoa bilimbi L.)*. Thesis, Padang: Universitas Andalas.
- Setyamidjaya D. 2000. *Teh. Budi Daya dan Pengolahan Pascapanen*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- The World Tourism Organization (UNWTO). (2022) *Tourism and Culture Synergies: Review of Key Trends and Issues*.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2019). *Cultural Tourism: Protecting Heritage and Strengthening Identities*.
- Winarno, F.G. 1997. *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- World Tourism Organization. (2017). *Tourism for Development: Volume I – Analysis and Policy Coherence*.
- World Travel and Tourism Council (WTTC). (2021). *Tourism and Local Economic Development*.