

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata adalah macam-macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). Perjalanan wisata ini memiliki kepentingan untuk keseimbangan mental, misalnya mengurangi stress, menghibur diri dan *refreshing*. Selain itu, perjalanan pariwisata juga menjadi tempat perputaran ekonomi bagi masyarakat sekitar. Misalnya, masyarakat sekitar membuka toko, warung, parkir, bagian kebersihan dan lain sebagainya.

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Semakin banyak wisatawan yang datang maka akan semakin menguntungkan bagi sektor ekonomi Indonesia.

Tabel 1.1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2018	303.403.888
2019	722.158.733
2020	518.588.962

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2018 jumlah perjalanan wisatawan nusantara mencapai angka yang cukup tinggi dan mengalami kenaikan yang cukup jauh pada tahun 2019, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020, namun meskipun terjadi penurunan, jumlah wisatawan pada tahun 2020 tetap lebih banyak dari tahun 2018. Selain itu, sektor pariwisata juga menyumbangkan devisa bagi negara Indonesia dan menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Pada tahun 2016-2018, devisa yang dihasilkan oleh sektor pariwisata terus mengalami peningkatan yaitu sejumlah 11,206 Miliar US \$ pada tahun 2016, 13,139 Miliar US \$ pada

tahun 2017, dan 16,426 Miliar US \$ pada tahun 2018 (Bank Indonesia, 2018). Hal ini membuktikan bahwa sektor pariwisata sangat menguntungkan untuk negara dan memiliki peran penting untuk kemajuan Indonesia. Kekayaan alam, budaya, dan kuliner merupakan komponen penting dalam pariwisata Indonesia.

Kuliner Indonesia merupakan salah satu makanan terlezat di dunia karena diolah menggunakan berbagai rempah-rempah yang lengkap di setiap hidangannya. Indonesia memiliki berbagai macam masakan, minuman dan kudapan tradisional dari berbagai daerah. Makanan khas suatu daerah merupakan aset yang dapat menjadi daya tarik wisatawan di bidang kuliner. Banyak sekali tempat wisata kuliner yang menjadi favorit bagi para wisatawan, salah satunya kota Bandung. Karena selain dijuluki sebagai kota kembang dan kota fashion, kota Bandung juga dijuluki sebagai kota kuliner karena memiliki banyak sekali makanan tradisional maupun modern, dari makanan ringan hingga makanan berat yang rasanya sudah pasti nikmat. (Azzahra, 2022).

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Kota Bandung Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2018	2.431.290
2019	2.442.250
2020	2.431.290

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat, 2020

Menurut Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah wisatawan tertinggi di Provinsi Jawa Barat. Selain itu, Bandung masuk dalam daftar kota dengan kategori Makanan Tradisional Terbaik (*Best Cities for Traditional Food*) di Tasteatlas Awards 2020. Tasteatlas adalah situs Kroasia yang mengulas makanan tradisional, resep lokal, dan restoran autentik di seluruh dunia. Dalam kategori Kota dengan Makanan Tradisional Terbaik Tasteatlas Awards 2020, Bandung berada di posisi ketujuh dari total 56 kota

di dunia dan pada tahun 2022 berada di posisi kesebelas. (TasteAtlas Award, 2022).

Dengan adanya penghargaan ini, membuat citra Kota Bandung semakin meningkat dan semakin dikenal diseluruh dunia dan keinginan para wisatawan untuk berkunjung pun semakin meningkat. Hal ini membuat kota Bandung banyak dijadikan peluang bisnis untuk para pengusaha kuliner khususnya kuliner tradisional, namun tentunya bagi para pengusaha tidak mudah untuk mempertahankan bisnisnya agar terus berjalan apalagi dengan adanya virus Covid-19, banyak sekali masyarakat yang kehilangan pekerjaannya. Menurut hasil rekon data Kemnaker dan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan pada tahun 2020, Jawa Barat berada di posisi pertama dengan angka PHK tertinggi yaitu 105.666 orang. Akibat banyaknya orang yang menganggur, membuat masyarakat Indonesia khawatir dengan perekonomian mereka dan mereka berlomba-lomba mencari cara baru untuk mendapatkan penghasilan. Penjualan produk makanan dan minuman di masa pandemi dari bulan Februari-April semakin melesit (SIRCLO Insights, 2020), sehingga tak sedikit masyarakat yang berpikir untuk membuka usaha sendiri terutama dalam bisnis kuliner. Semakin banyaknya masyarakat yang memiliki usaha kuliner mereka sendiri, artinya semakin banyak pula saingan yang dimiliki serta memunculkan banyak sekali *trend* makanan yang baru dan unik yang membuat keinginan masyarakat meningkat. Maka dari itu, pengusaha kuliner harus dapat terus mengembangkan produknya dan terus melakukan inovasi atau modifikasi pada produk tersebut.

Modifikasi resep adalah mengubah resep dasar menjadi resep baru yang dilakukan dengan cara ditambah, dikurangi, atau divariasikan bahan makanan, bumbu, cara pengolahan, porsi dan nilai gizinya. Tujuan dilakukan modifikasi resep adalah meningkatkan penampilan serta meningkatkan rasa hidangan yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat penerimaan. (Karina, 2016, hal. 123).

Makanan tradisional adalah produk makanan dari suatu daerah yang dibuat secara tradisional, dalam arti proses pembuatannya dilakukan dengan

menggunakan peralatan yang sederhana.(Lestari, 2018, hal. 1). Umumnya dalam pengolahan makanan khas suatu daerah sangat dikuasai oleh masyarakat di daerah tersebut, serta cita rasanya sangat sesuai dengan masyarakat setempat karena proses pengolahan serta cita rasanya sangat identik dengan masyarakat tertentu, bahkan makanan ini bisa dijadikan tolak ukur ciri khas suatu daerah tertentu. Indonesia memiliki banyak sekali makanan tradisional, salah satunya awug.

Awug merupakan salah satu makanan tradisional khas daerah Bandung yang memiliki dominasi cita rasa manis, awug bisa dijadikan sebagai makanan pembuka maupun makanan berat yang rendah kalori. Awug terbuat dari tepung beras, kelapa, daun pandan dan gula merah yang dikemudian dikukus dalam aseupan (kukusan berbentuk lancip yang digunakan untuk membuat tumpeng). Penggunaan tepung beras pada awug ini dikarenakan tepung beras mempunyai fleksibilitas yang tinggi dalam berbagai olahan makanan. Namun keberadaan awug saat ini jarang ditemukan diberbagai tempat modern.

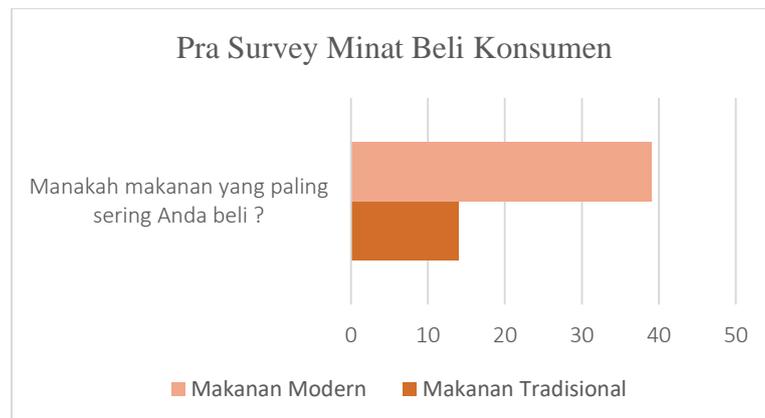
Tabel 1.3 Data Penjual Awug di Bandung

No	Nama Usaha	Alamat	No. Telp
1	Awug Cibeunying	Jl. Ahmad Yani No. 361, Kacapiring, Kec. Cibeunying Kidul	082123441980
2	Awug Bandung	Jl. Cijerah Hilir No. Depan, Kec. Bandung Kulon Kota Bandung	085860158399
3	Awug KABITA	Jl. Gempol Asri No. 104, Kec. Bandung Kulon	082222216854
4	Awug Metro	Jl. Venus Barat, Manjahlega, Kec. Rancasari	08156045833
5	Awug Beras Cibaduyut	Gg. PaAIP No. 146 Cibaduyut, Kec. Bojongloa Kidul	-
6	Awug Ibu Siti	Jl. A.H Nasution No. 148, Sukamulya, Kec. Cinambo	082187745046
7	Awug Beras Jawara Bandung	Jl. Perintis No. 92, Sarijadi, Kec. Sukasari	08989777778
8	Awug Beras Asli Metro	Jl. Karawitan No. 44, Turangga, Kec. Buah Batu	-

9	Awug The Rina Pajagalan	Jl. Pajagalan, Karanganyar, Kec. Astanaanyar	0895377402405
10	Awug Cimenyan	Jl. Bojongkoneng No.10, Cikutra, Kec. Cibeunying Kidul	085798044430
11	Reska's Awug	Jl. Sukamulya No.56, Sukagalih, Kec. Sukajadi	-

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Tabel diatas merupakan tabel penjual awug dibanding yang hanya terdapat di beberapa daerah saja, hal ini membuat sedikit masyarakat yang berminat untuk membeli awug atau bahkan banyak masyarakat yang tidak mengetahui makanan tradisional awug. Selain itu, munculnya makanan modern membuat eksistensi awug dan makanan tradisional lainnya semakin meredup, untuk memperkuat argumen bahwa makanan tradisional kurang diminati, penulis melakukan pra survey melalui *google form* dengan jumlah responden sebanyak 53 orang generasi Z dengan kisaran umur maksimal 25 tahun.



Sumber : Data diolah penulis, 2022

Gambar 1.1 Survey Minat Masyarakat Terhadap Makanan Tradisional

Berdasarkan survey diatas, didapatkan ringkasan yaitu sejumlah 39 orang (73,6%) mengatakan mereka lebih sering membeli makanan modern, sedangkan 14 orang (26,4%) mengatakan mereka lebih sering membeli makanan tradisional. Hal ini menandakan bahwa minat masyarakat generasi Z terhadap makanan tradisional sudah menurun akibat munculnya makanan modern. Makanan modern selalu melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan jaman. Oleh karena itu, penulis terpikir untuk membuat

modifikasi pada produk awug yang dibentuk bunga dengan ukuran mini dan dengan penambahan tepung ketan untuk memberikan tekstur serta adanya penambahan beberapa pewarna alami didalam pembuatannya agar terlihat lebih menarik dan dapat diterima oleh berbagai kalangan, khususnya generasi Z.

Daya terima konsumen merupakan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk (Nur dkk, 2019, hal. 21). Semakin bagus dan menarik suatu produk, maka secara otomatis semakin tinggi kemungkinan produk tersebut akan diterima oleh konsumen. Daya terima yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen terhadap tampilan warna, aroma, rasa, bentuk, tekstur, kemasan, dan harga jual pada produk awug *bites*.

Penulis merasa modifikasi produk awug ini harus dilakukan, maka dari itu penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Modifikasi Kue Tradisional Awug *Bites* Berbasis Daya Terima Konsumen di Bandung”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana standar resep dan cara pembuatan awug *bites*?
2. Bagaimana daya terima konsumen terhadap produk awug *bites* ?
3. Bagaimana desain kemasan dan label pada produk awug *bites* ?
4. Bagaimana harga jual dari produk awug *bites*?
5. Bagaimana strategi pemasaran dari produk *awug bites*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi standar resep dan cara pembuatan awug *bites*
2. Untuk mengidentifikasi daya terima konsumen terhadap produk awug *bites*
3. Untuk mengidentifikasi desain kemasan dan label pada produk awug *bites*
4. Untuk mengidentifikasi harga jual dari produk awug *bites*
5. Untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dari produk awug *bites*

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai modifikasi suatu produk khususnya produk awug.
2. Manfaat praktis

- a. Melalui penelitian ini diharapkan pembaca dapat menambah pengetahuan dan mendapat inspirasi serta referensi kepada seluruh pelaku bisnis dalam membuat modifikasi suatu produk
- b. Memberikan informasi dan masukan kepada masyarakat tentang modifikasi suatu produk