

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpotensi di Indonesia karena Indonesia memiliki keragaman suku dan budaya yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke Indonesia. Selain itu, pariwisata menghasilkan devisa yang cukup besar untuk negara, sehingga sektor pariwisata perlu diperhatikan pula perkembangannya oleh negara. Pariwisata juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, misalnya dalam hal mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara (Yakup, 2019). Pengembangan pariwisata diharapkan dapat berperan multi ganda (*multiplier effect*), yakni manfaat ekonomi melalui perolehan devisa negara dan manfaat yang didapatkan oleh masyarakat setempat.

Ada beberapa hal yang dapat mendukung upaya peningkatan potensi pariwisata seperti peningkatan sarana dan prasarana wisata, jenis wisata yang di tawarkan, transportasi, inovasi pemasaran yang dilakukan dan masih banyak lagi. Provinsi Jawa Barat memiliki keragaman adat dan budaya yang dapat dijadikan alternatif pilihan berwisata. Letak geografisnya yang strategis menjadi potensi yang baik bagi perkembangan pariwisata di Jawa Barat, salah satunya yaitu berbatasan langsung dengan ibu kota Jakarta. Hal ini menjadi suatu keuntungan karena Jakarta merupakan gerbang utama Indonesia yang membawa para wisatawan.

Salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki perkembangan pariwisata yang cukup pesat adalah kota Bandung mengingat banyaknya wisatawan yang datang dari berbagai daerah. Berikut ini adalah jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Bandung tahun 2019 – 2021:

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Bandung
Tahun 2019 -2021

Jenis Wisatawan	Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk Kota Bandung (Jiwa)		
	2019	2020	2021
Wisatawan Domestik	8.175.221	3.214.390	3.704.263

Sumber: Badan Pusat Statistik - Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Barat mengalami penurunan karena pada tahun 2020 dunia dikejutkan oleh adanya pandemi COVID-19 yang menjadikan sektor pariwisata mengalami kelumpuhan. Hal ini terjadi karena adanya pembatasan ruang gerak untuk alasan kesehatan. Namun pada 2022 dan 2023 sektor pariwisata mulai bangkit kembali. Salah satu bisnis pariwisata yang mengalami perkembangan adalah bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan wisatawan pasti akan membutuhkan makanan dan minuman yang harus dipenuhi kemana pun mereka pergi.

Akibat dari pandemi COVID-19 kemarin banyak menelan korban jiwa. Karena itu, setelah terjadinya masa pandemi masyarakat jauh lebih *aware* dengan isu-isu kesehatan. Salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan pencegahan melalui penerapan gaya hidup sehat serta mengubah kebiasaan makan yang kurang baik dengan cara memilih produk dan bahan makanan yang sehat dan sesuai dengan kebutuhan tubuh. Contoh langkah dalam menerapkan gaya hidup sehat adalah dengan berhenti merokok, meningkatkan aktivitas fisik seperti latihan beban yang bisa dilakukan dari dalam rumah dan menerapkan berbagai pola diet yang baik bagi tubuh (Renzo & et.al, 2020). Pada masa *lockdown* masyarakat diimbau untuk tidak keluar rumah dan banyak menghabiskan waktu dengan beraktivitas di rumah. Akibatnya adalah muncul pola hidup yang minim dengan aktivitas fisik atau biasa disebut *sedentary lifestyle*. Maka dari itu perlu adanya upaya agar *sedentary lifestyle* ini tidak menjadi pola hidup masyarakat Indonesia.

Sedentary lifestyle dapat menjadi penyebab kematian karena dengan pola hidup yang minim akan aktivitas fisik dapat menyebabkan munculnya beberapa penyakit, seperti obesitas dan diabetes (Park & et.al, 2020). Diabetes melitus adalah salah satu jenis penyakit yang tidak menular namun salah satu penyakit

tertinggi di Indonesia. Indonesia menduduki peringkat ke empat dengan pasien diabetes melitus terbanyak (Hasibuan & al, 2022). Data dari *World Health Organization* (WHO), saat ini 73% kematian yang terjadi di Indonesia diakibatkan oleh Penyakit Tidak Menular (PTM) (WHO, 2018). Yang termasuk dalam penyakit tidak menular adalah diabetes, obesitas, hipertensi dan lainnya. Sehingga untuk mengurangi angka kejadian PTM di Indonesia, perlu dilakukan upaya pencegahan kejadian obesitas (Saraswati & et.al, 2021).

Peneliti sebelumnya juga menyarankan untuk mengurangi perilaku *sedentary* dan meningkatkan aktivitas fisik karena hal itu penting untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Beberapa faktor yang dapat meningkatkan resiko timbulnya penyakit adalah jenis makanan yang dikonsumsi, durasi tidur, frekuensi konsumsi *fast food*, olahraga dan kurangnya konsumsi sayur (Sari & et.al, 2021). Fenomena obesitas merupakan masalah kesehatan yang terus menunjukkan peningkatan di seluruh dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang menunjukkan peningkatan prevalensi obesitas untuk seluruh kategori usia (Rohayati & et.al, 2021). Tiga dari lima faktor yang dapat menyebabkan obesitas bersumber dari makanan. Pada penelitian lain juga menyebutkan bahwa faktor penyebab obesitas adalah perilaku makan dan aktivitas fisik (Saraswati & et.al, 2021). Maka dari itu penting untuk memperhatikan makanan apa yang akan dikonsumsi agar dapat membentuk kebiasaan makan yang baik dan gaya hidup yang sehat.

Melihat kesadaran masyarakat meningkat akan kesehatan dan lebih memperhatikan produk makanan yang dikonsumsi, para pelaku usaha juga perlu berinovasi agar produk yang dijual tidak hanya enak tapi juga sehat untuk dikonsumsi. Sebab sudah mulai banyak olahan makanan sehat yang dijual sehingga konsumen dapat lebih leluasa dalam memilih olahan makanan apa yang akan dibeli. Hal ini di dukung oleh upaya yang dilakukan masyarakat untuk menjalankan pola hidup sehat, seperti menjadi vegan, vegetarian, melakukan diet dan masih banyak lagi. Selain itu melalui postingan atau interaksi di media sosial dapat mengajak khalayak banyak agar bisa ikut dalam pola hidup sehat, mulai dari aktivitas fisik hingga makanan apa yang sebaiknya di konsumsi

(Watanabe-Ito & et.al, 2020). Sehingga upaya peningkatan kesadaran akan pola hidup sehat dan kebiasaan makan yang baik itu dapat tersebar ke semua kalangan.

Selain itu akibat dari tindakan *lockdown* COVID-19 telah mengubah rutinitas sehari-hari kaum muda. Temuan yang muncul berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Johari & SeokTyugTan, 2024) menunjukkan bahwa 29,0% orang dewasa muda mengalami kecanduan internet tingkat sedang hingga berat, sementara 32,6% berisiko mengalami gangguan makan setelah pandemi COVID-19. Kecanduan internet juga ditemukan berhubungan positif dengan risiko gangguan makan di kalangan dewasa muda di Malaysia. Hal ini diharapkan dapat menjadi perhatian bagi masyarakat Indonesia agar terhindar dari penggunaan internet yang bermasalah, mempromosikan pilihan makanan yang lebih sehat, dan menumbuhkan kebiasaan makan yang sehat.

Menurut data Badan Pusat Statistika Kota Bandung rata-rata pengeluaran perkapita seminggu menurut kelompok makanan minuman jadi di kota Bandung pada tahun 2020 hingga 2022 pada produk roti tawar mengalami kenaikan tiap tahunnya. Sedangkan pada produk roti manis dan roti lainnya justru mengalami penurunan. Hal ini di akibatkan oleh gaya hidup yang berubah, terlebih di daerah perkotaan yang biasanya orang-orang tidak memiliki banyak waktu untuk sarapan karena kesibukan pekerjaan atau sekolah. Roti merupakan opsi yang sering digunakan untuk menu sarapan karena dinilai lebih praktis dalam persiapannya, pengolahannya maupun ketika mengkonsumsinya.

Berdasarkan data survei yang telah diunggah oleh indonesiadata.id mengenai tingkat konsumsi roti gandum di Bandung sebulan terakhir pada tahun 2019 memiliki tingkat konsumsi paling tinggi yaitu 65,3% dibandingkan dengan kota lain seperti Jakarta (37,4%) dan Surabaya (33,5%). Roti merupakan salah satu produk *bakery* yang terkenal di masyarakat saat ini. Salah satu kebiasaan baru yang muncul di masyarakat adalah mengkonsumsi roti sebagai alternatif menu sarapan pagi yang praktis, sehat, dan dapat menggantikan fungsi nasi sebagai sumber utama karbohidrat (Siregar, 2020). Untuk rentang usia dominan dengan tingkat konsumsi roti gandum terbanyak merupakan kategori usia produktif yaitu pada usia 26-34 tahun. Tingkat konsumsi roti gandum juga dipengaruhi

oleh *Socio-Economic Status* (SES) semakin baik status ekonomi semakin tinggi tingkat konsumsi roti gandum.

Tabel 1. 2 Angka Kecukupan Gizi Harian

Usia	Laki-laki (kkal)	Perempuan (kkal)
19 - 29 tahun	2650	2250
30 - 49 tahun	2550	2150
50 - 64 tahun	2150	1800

Sumber: *p2ptm.kemkes.go.id*

Selain praktis, dengan mengkonsumsi roti gandum atau *healthy bread* yang lain dapat menekan asupan gula dan kalori asupan perharinya. Pada gambar di atas dapat dilihat kebutuhan gizi yang harus dipenuhi, dan sebagai konsumen perlu menilai jenis makanan apa yang baik dan dapat memenuhi asupan gizi yang dibutuhkan setiap harinya. Jumlah rata-rata kalori yang disarankan untuk sarapan sekitar 300 – 500 kalori. Berikut kandungan kalori yang ada pada produk di sarae bakes dan kenikmatan duniawi bakery.

Tabel 1. 3 Kalori Tiap Produk *Healthy Bread*

Produk	Kalori (kkal)	Produk	Kalori (kkal)
Seeds bun	80	Cinnamon roll	377
Blueberry cheese bun	143	Toast olive /slice	50
Banana walnut	360	Strawberry cheese sourdough	223
Cheese bun	148	Plain sourdough /slice	24
Choco bun	183	Cranberry sourdough /slice	30

Sumber: *data diolah penulis, 2024*

Berdasarkan tabel di atas, kalori yang dihasilkan oleh produk roti sarae bakes dan kenikmatan duniawi bakery berkisar dari 24 sampai 377 kkal, dan itu tidak akan melebihi batas kalori yang disarankan untuk sarapan. Konsumen bisa menambahkan produk lain seperti buah, susu, *dressing*, *beef* dan lainnya untuk melengkapi kebutuhan kalori hariannya. Kandungan serat dalam nasi putih dan roti gandum dengan berat 100 gram yaitu 0,3 gram dan 6 gram, sehingga lebih cepat untuk memenuhi kebutuhan serat perharinya (Wulandari, 2024). Roti gandum mengandung vitamin B dan mineral yang lebih banyak dan membantu

memenuhi kebutuhan gizi harian karena tidak melalui proses penggilingan biji gandum atau beras. Di Bandung sudah ada beberapa tempat yang menjual produk makanan sehat dengan kualitas yang baik termasuk produk *pastry bakery*. Berikut merupakan beberapa *healthy bakery* yang ada di Bandung.

Tabel 1. 4 Tempat yang menjual *Healthy Bread*

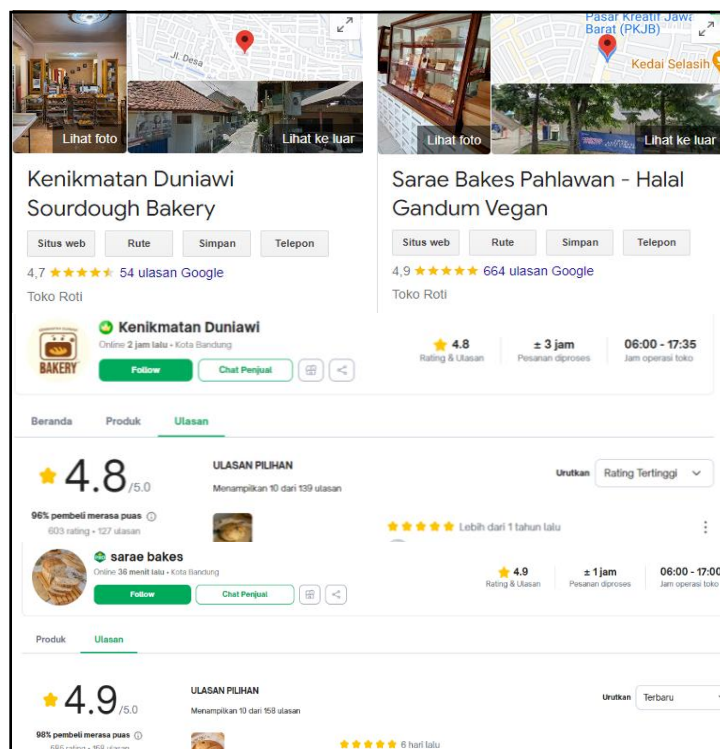
No	Nama	Alamat
1	Mom's Artisan Bakery	Jl. Progo No.18, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Bandung
2	Ant Artisan Bakery & Café	Jl. Maskumambang No.33, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung
3	Le Von Boulangerie	Jl. Taman Pramuka No.157, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
4	Manna Healthy Bakery	Jl. Cihapit No.33, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
5	Sarae Bakes	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar Kreatif, Jl. Pahlawan No.70, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung • Komplek Setrasari Plaza II Blok B5 No 5-7, Kota Bandung • Jl. Ir. H. Juanda No. 70, Lebakgede, Kota Bandung • Jl. Bojong Koneng No.10, Sukapada, Kota Bandung
6	Kenikmatan Duniawi Bakery	Jl. Wuluku III No.3, Babakan Sari, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung

Sumber: Data diolah penulis 2024

Berdasarkan data di atas, terdapat beberapa penyedia produk makanan yang sudah memperhatikan dari sisi gizi dan kesehatan produknya dengan memilih untuk menjual makanan sehat khususnya di bidang *bakery*. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Andayana, 2020) bahwa pelaku usaha juga perlu mengambil langkah strategis untuk memastikan keberlangsungan usahanya secara mandiri, salah satunya dengan beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen akibat pandemi COVID-19. Hal ini termasuk memenuhi keinginan konsumen akan produk yang berfokus pada nilai serta produk dan jasa yang sehat.

Kesadaran masyarakat yang meningkat terkait pemilihan makanan atau produk yang dibeli juga sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh penulis, bahwa masyarakat lebih memperhatikan sisi kesehatan dari produk

makanan yang akan dibeli atau dikonsumsi dan memperhatikan pola makan setelah masa pandemic COVID-19. Survei ini dilakukan pada 33 orang dengan kriteria responden berdomisili di Bandung dengan rentang usia 20-55 tahun. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 19 dari 33 orang lebih memperhatikan pola makan mereka setelah masa pandemi COVID-19. Dan 25 dari 33 orang lebih memperhatikan sisi kesehatan dari produk makanan yang akan dibeli atau dikonsumsi. Lalu responden juga menuliskan alasan mereka lebih memperhatikan sisi kesehatan dari produk makanan yang akan dibeli atau dikonsumsi karena terdapat masalah kesehatan pada dirinya dan sedang mencoba pola hidup sehat. Tetapi ada juga responden yang menuliskan bahwa tidak terlalu memperhatikan jenis produk makanan yang dikonsumsi dan pola makan mereka karena tidak terbiasa dan kurang menyukai makanan dengan rasa yang lebih hambar dan harga yang mahal. Hal tersebut dapat terjadi karena perilaku makan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor individu dan sosial (Sogari & et.al, 2018).



Gambar 1. 1 Rating Healthy Bakery di Beberapa Platform

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Makanan sehat memang identik dengan rasanya yang hambar dan harga yang relatif lebih mahal, tetapi itu akan sebanding dengan kualitas dan manfaat

Lussy Ainunnisa, 2024

EATING HABITS SEBAGAI PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN PADA HEALTHY BAKERY DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang diberikan. *Eating habits* yang baik harus dibentuk sedini mungkin agar mengurangi resiko timbulnya penyakit di kemudian hari (Mahmood & et.al, 2021). *Eating habits* merupakan perilaku sadar yang dilakukan secara berulang untuk memilih dan mengonsumsi makanan hingga terbentuk pola makan tertentu dalam dirinya (Medina & et.al, 2020). Oleh sebab itu, *eating habits* perlu dibahas dan diketahui termasuk oleh pengusaha bisnis kuliner agar lebih mudah dalam menentukan target pasar dan kemungkinan konsumen tersebut melakukan pembelian secara berulang juga lebih besar. Berdasarkan gambar 1.3 dan tabel 1.2 tempat yang menjual *healthy bread* penulis memilih dua tempat yaitu Sarae Bakes dan Kenikmatan Duniawi Bakery. Kedua tempat ini merupakan toko roti yang menjual berbagai *healthy product* dengan *rating* yang cukup baik. Selain itu, tempat-tempat ini memiliki produk yang serupa sehingga memiliki karakteristik konsumen dan target pasar yang tidak terlalu berbeda. Produk yang dijual merupakan *healthy bread* dengan karakteristik rasa yang tidak terlalu manis, tekstur roti yang tidak terlalu lembut karena mengandung serat yang tinggi, dan penambahan bahan alami lainnya. Contoh produk yang dijual merupakan roti yang dibuat tanpa *butter*, telur, susu, minyak dan gula.

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan di atas, penulis tertarik untuk membahas dan menggali lebih dalam mengenai bagaimana *eating habits* konsumen pada produk *healthy bakery* melalui studi kasus di beberapa *healthy bakery* yang ada di Bandung dengan judul “*Eating Habits* sebagai Perubahan Perilaku Konsumen pada *Healthy Bakery* di Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perubahan perilaku konsumen yang terjadi dalam memilih produk *bakery*?
2. Bagaimana perubahan *eating habits* yang membuat konsumen lebih mementingkan nilai kesehatan dari suatu produk makanan (*bakery*)?
3. Bagaimana faktor individu dan sosial dapat merubah perilaku konsumen dalam membentuk *eating habits*?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *eating habits* konsumen pada produk *healthy bakery*. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, maka sasaran yang perlu dilakukan sebagai berikut:

1. Mengetahui, dan menganalisis mengenai perubahan perilaku konsumen yang terjadi dalam memilih produk *bakery*.
2. Mengetahui dan menganalisis mengenai perubahan *eating habits* yang membuat konsumen lebih mementingkan nilai kesehatan dari suatu produk makanan (*bakery*).
3. Mengetahui dan menganalisis mengenai faktor individu dan sosial yang dapat merubah perilaku konsumen dalam membentuk *eating habits*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan dan bukti empiris dalam perkembangan bisnis kuliner khususnya mengenai *eating habits* pada produk *healthy bakery*.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan dan bahan bacaan mengenai *eating habits* pada produk *healthy bakery*, baik bagi peneliti, pembaca, maupun perusahaan *bakery* agar terus melakukan inovasi produk dengan meningkatkan nilai produk tersebut.