

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Terdapat 13.466 pulau yang terdiri dari lima pulau besar (Sumatra, Kalimantan, Jawa, Sulawesi, dan Papua) dan tiga puluh kelompok kepulauan kecil. Indonesia memiliki banyak keindahan alam yang kaya akan pesona. Pemerintah saat ini mengusung program *Wonderful Indonesia* sebagai bagian dari program untuk meningkatkan sector pariwisata yang memiliki dampak besar bagi devisa negara dan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, Wisata adalah kegiatan jalan-jalan yang dilakukan perorangan atau sekelompok orang dengan mengunjungi suatu tempat untuk berekreasi, mengembangkan diri, dan belajar suatu keunikan di daerah tujuan pada jangka waktu pendek atau sementara. Indonesia memiliki ragam adat istiadat, bahasa, agama, dan tradisi dapur yang berbeda.

Berjalannya industry pariwisata bergantung pada sumber daya yang ada di sekitarnya. Sumber daya yang dimaksud adalah sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya minat khusus, dan sumber daya budaya. Sumber daya alam adalah sumber daya yang sudah disediakan oleh alam. Sumber daya ini dapat diubah sesuai dengan keinginan dan persepsi manusia. Yang kedua adalah sumber daya manusia, yang berarti sumber daya ini sangat bergantung pada kuantitas dan kualitas dari manusia yang ada di objek wisata.

Sumber daya minat khusus dipengaruhi oleh keinginan manusia akan wisata khusus. Wisata khusus ini merupakan perkembangan dari wisata tradisional yang akan menjadi trend selanjutnya di dunia pariwisata. Banyak dari wisatawan yang memutuskan untuk memilih tempat wisata sesuai dengan keinginan dan kebutuhan spesifik dari wisatawan. Terakhir adalah sumber daya budaya. Budaya sangat vital bagi dunia pariwisata karena menjadi

penarik minat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Budaya ini tidak hanya dilihat dari tarian maupun sandang dari suatu daerah, tapi juga dengan wisata kuliner yang selalu berhasil menarik minat wisatawan.

Tabel 1.1
Portofolio Produk Pariwisata Indonesia

1	Buatan Manusia (5%)	1. Wisata MICE (25%)
		2. Wisata Olahraga (60%)
		3. Objek Wisata Terintegrasi (15%)
2	Alam (35%)	1. Wisata Bahari (35%)
		2. Ekonowisata (45%)
		3. Wisata Petualangan (20%)
3	Budaya (60%)	1. Wisata Warisan (20%)
		2. Wisata Belanja dan Kuliner (45%)
		3. Wisata Kota dan Desa (35%)

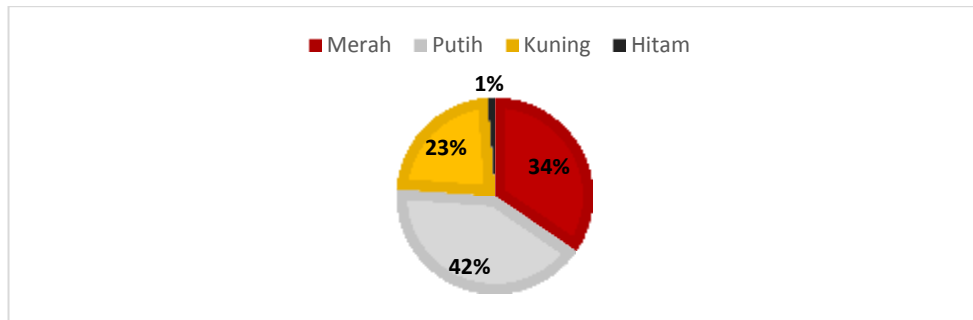
Sumber : Kementerian Pariwisata, 2015

Sebagaimana kita ketahui bahwa kuliner Indonesia memiliki ciri khas yang berbeda dengan negara lain. Hal ini dipengaruhi oleh rempah dan bumbu yang ada di Indonesia. Sejak dahulu kekayaan rempah dan bumbu ini sangat terkenal di mancanegara. Cita rasa khas Nusantara karena rempah dan bumbu melekat bagi setiap wisatawan baik local maupun domestic. Adapun bumbu yang tidak lepas di Indonesia adalah bawang dan cabai. Namun setiap daerah di Indonesia memiliki tradisi dapur yang berbeda di setiap daerah.

Tradisi dapur memiliki perbedaan akibat kondisi demografis yang berbeda. Sehingga tentu saja orang yang tinggal di pegunungan memiliki pola memasak yang berbeda dengan orang yang tinggal di pinggir pantai. Hingga sejak jaman nenek moyang, tradisi memasak menjadi bagian hidup orang Indonesia dalam berbagai kesempatan.

Tradisi memasak ini menghasilkan aneka kuliner yang beragam dan memiliki cita rasa yang khas. Kuliner asli Indonesia ini sangat menarik bagi wisatawan mancanegara terutama wisatawan asal eropa. Hal ini dikarenakan makanan khas Indonesia memiliki cita rasa yang khas hasil kekayaan rempah yang beragam.

Hal inilah yang menyebabkan adanya bumbu dasar di Indonesia. Bumbu dasar terdiri atas rempah-rempah utama yang banyak digunakan. Bumbu dasar putih, merah, dan kuning merupakan tiga bumbu dasar utama khas Indonesia. Penggunaan dari bumbu dasar ini dipengaruhi oleh kebudayaan, sumber daya alam, dan pengetahuan dari masing-masing pelaku pengolahan makanan.

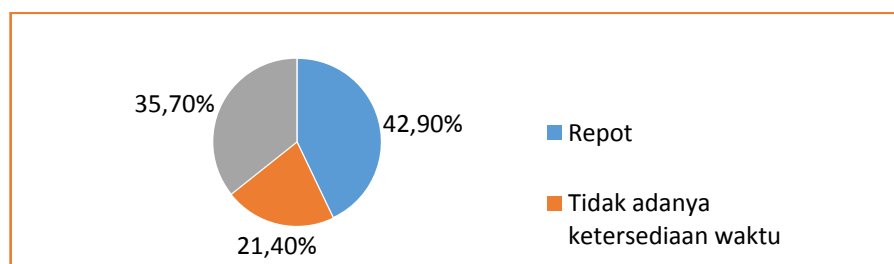


Gambar 1.1

Frekuensi Penggunaan Bumbu Dasar

Berdasarkan tabel diatas, sebanyak 42% responden lebih sering menggunakan bumbu dasar putih. Sebanyak 23% menyatakan sering menggunakan bumbu dasar kuning dan 34% lainnya menggunakan bumbu dasar merah. Hanya 1% saja yang menyatak bahwa lebih sering menggunakan bumbu dasar hitam. Data diatas terdiri atas 51 orang responden yaitu ibu rumah tangga sebanyak 12 orang, mahasiswa 20 orang, pegawai negeri 1 orang, karyawan swasta 15 orang, dan wiraswasta sebanyak 3 orang.

Di era globalisasi ini, dimana semua orang sibuk dengan yang namanya bekerja, semakin sulit kita temui keinginan orang untuk memasak. Hal ini dapat dilihat bahwa perkembangan terlihat bahwa banyak orang lebih membeli makanan diluar. Adapun yang memutuskan untuk memasak tapi lebih memilih untuk menggunakan produk bumbu siap pakai atau instan.



Gambar 1.2 Alasan Menggunakan Bumbu Dasar Instan

Sumber : Data diolah Putri Indah, 2016

Membuat bumbu dasar sering kali dianggap merepotkan. Hal ini terbukti bahwa 42,90% responden merasa kerepotan dalam pembuatan bumbu dasar. Ada pula yang menyatakan buat membuat bumbu dasar memerlukan waktu yang panjang, yaitu sekitar 21,40%. Tidak atau kurang mengetahui cara membuat menjadi alasan lain sebanyak 35,70%.

Saat ini sudah banyak bumbu dasar instan yang beredar dalam kemasan toples kaca ukuran 250-350 gram maupun bumbu dasar giling yang ada di pasar tradisional. Bumbu dasar dalam kemasan saat ini mulai sulit ditemui di supermarket karena peminatnya yang berkurang. Hal ini dikarenakan banyak orang yang berpikir bahwa bumbu dasar dalam kemasan mengandung banyak pengawet dan penyedap kimiawi yang bila digunakan dalam jangka panjang dapat berbahaya bagi kesehatan.



Gambar 1.3

Produk Bumbu Dasar Instan Dalam Kemasan

Sumber : google.com, diakses pada Januari, 2017

Banyaknya berita yang beredar mengenai bumbu giling di pasar mengenai bahan yang digunakan membuat banyak orang berfikir dua kali untuk membeli. Pasalnya, bumbu giling yang ada di pasar tidak dilakukan pemilihan, sehingga terkadang bahan yang digunakan sudah busuk atau tidak layak lagi untuk digunakan dan dicampur dengan bahan yang segar. Selain itu kebersihannya juga diragukan karena belum tentu bahan tersebut dicuci dan terhindar dari biologis lain (misalnya ulat). Namun banyak orang yang tetap memilih untuk membeli bumbu dasar di pasar tradisional karena dianggap lebih fresh dan tidak menggunakan pengawet serta penyedap berlebih.

Raisha Herlianti, 2017

STUDI PEMBUATAN BUMBU DASAR DENGAN BAHAN KHAS INDONESIA BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN

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



Gambar 1.4
Bumbu Giling Di Pasar

Sumber : google.com, diakses pada Januari 2017

Dilihat dari peluang yang ada, banyak konsumen yang mengharapkan adanya bumbu dasar siap pakai yang praktis dan mudah diaplikasikan ke dalam berbagai masakan. Karena itu diperlukan inovasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen (*consumer needs*).

Kebutuhan konsumen menurut Engel dkk (1994, hlm. 295) kebutuhan adalah variable yang sangat penting bagi mereka yang tujuannya adalah memengaruhi perilaku konsumen. Bila kebutuhan dapat diukur dan dimengerti, adalah mungkin untuk menentukan posisi upaya pemasaran secara lebih efektif di dalam konteks tujuan konsumen.

Inovasi produk yang diharapkan adalah produk yang memiliki cita rasa dan aroma yang kuat dan benar-benar terasa rempahnya. Sehingga produk bumbu dasar siap pakai ini dianggap lebih segar. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa konsumen menginginkan menggunakan produk yang tahan lama namun tidak menggunakan pengawet serta penyedap berlebihan.

Hal yang ingin disampaikan dalam skripsi ini adalah membuat produk dengan menggunakan bahan unggulan Indonesia, yang dapat menonjolkan cita rasa dan aroma khas nusantara. Produk ini diharapkan menjadi salah satu ciri khas kuliner nusantara dan dapat membantu di era globalisasi. Sehingga para ibu rumah tangga yang bekerja dapat membuat makanan untuk keluarga dengan cepat dan dengan cita rasa yang terjamin kualitasnya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis berharap inovasi produk ini bisa menjadi produk khas Indonesia dan mampu menjadi factor pendukung ikon kuliner nusantara. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul “***STUDI PEMBUATAN BUMBU DASAR DENGAN BAHAN KHAS INDONESIA BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN***”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana standar resep untuk pembuatan bumbu dasar merah, putih, dan kuning menurut para panelis ahli?
- b. Bagaimana kualitas produk bumbu dasar khas Indonesia menurut panelis konsumen?
- c. Bagaimana daya terima konsumen terhadap bumbu dasar dengan bahan khas Indonesia?
- d. Apakah manfaat dari studi pembuatan bumbu dasar ini?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui standar resep untuk pembuatan bumbu dasar merah, putih, dan kuning menurut para panelis ahli.
- b. Mengetahui seberapa baik kualitas bumbu dasar khas Indonesia menurut panelis konsumen
- c. Mampu membuat produk bumbu dasar khas Indonesia yang dapat diterima oleh konsumen yang aktif.
- d. Mampu mengedukasikan masyarakat mengenai pembuatan produk dengan bahan tambahan pangan alami sehingga aman dikonsumsi jangka panjang.