

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia akhir-akhir ini menjadi salah satu sektor yang dapat diandalkan negara untuk meningkatkan devisa dalam kategori non-migas, seperti yang dikemukakan oleh Yoeti (2013, hal. 23) pada dasarnya tujuan kebanyakan negara mengembangkan industri pariwisata adalah untuk meningkatkan penghasilan devisa negara. Selain itu, sektor pariwisata pun turut serta dalam pembangunan negara seperti terbukanya lapangan usaha, terbukanya peluang pekerjaan, menstimulus pelestarian budaya, pengembangan wawasan, meningkatkan rasa kepemilikan terhadap budaya dan dapat pula menjadi pendapatan bagi pemerintah daerah dan masyarakat. Dengan 17.504 pulau dan tiga zonasi waktu, kearifan lokal dan budaya masing-masing daerah di Indonesia dapat menjadi atraksi tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Indonesia.

Kegiatan pariwisata tak akan luput dari aktivitas mengkonsumsi makanan dan minuman dan apabila berbicara mengenai kuliner nusantara, rasanya tidak akan bisa lepas dari yang namanya keberagaman dan kearifan lokal. Seperti yang dikutip dalam Yasa Boga (2015, hal. 11) tradisi makan dan masakan Indonesia terpengaruh oleh kekayaan alam yang dimiliki oleh daerah yang ditinggali. Melimpahnya pohon kelapa di pantai barat dan pantai timur Sumatra menjadikan makanan disana serba bersantan. Lain lagi dengan tanah Pasundan yang terletak di antara beberapa gunung, iklim sejuk dan cuaca yang bersahabat serta tanah yang subur membuat banyak masyarakat Sunda memilih hidup dari perkebunan dan pertanian. Alih-alih repot memasak, lalap sayuran mentah dan sambal sudah sempurna bagi masyarakat Sunda. Belum lagi melimpahnya ikan air tawar penghuni sungai dan telaga, yang alhasil membuat masyarakat Sunda mengutamakan sayuran dan protein yang berasal dari ikan air tawar tersebut.

Berbicara mengenai *food traveller* atau wisata kuliner, Bandung pun menjadi salah satu destinasi wisata kuliner yang beragam mulai dari makanan tradisional hingga produk-produk inovasi. Inovatifnya pengusaha-pengusaha

Fadhila Noorly, 2017

ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK REMPAH DENGAN METODE KANO

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

makanan dan minuman membuat kuliner di kota Bandung semakin variatif. Andar Danova Goeltom, M.Sc. dalam Pikiran Rakyat edisi cetak Sabtu, 17 Februari 2007 menyatakan, Bandung sudah dikenal sebagai pusat kuliner nusantara sejak tahun 1941, hal ini dikarenakan Bandung memiliki jumlah rumah makan terbanyak Indonesia dan bukan golongan masyarakat pecinta makanan saja yang sengaja datang ke Bandung, akan tetapi banyak tokoh nasional baik itu dari dalam negeri walaupun luar negeri yang menyempatkan diri datang ke Bandung. Berikut rekapitulasi data kunjungan wisatawan kota Bandung dari tahun 2010 hingga tahun 2015 yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung pada tahun 2016 :

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan

Jumlah							
Wisatawan	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Satuan
n							
Jumlah kendaraan an yang masuk via gerbang tol	28.686.824	30.533.812	32.587.386	33.731.385	35.002.815	32.174.348	Kendaraan
1. Jumlah pengunjung melalui gerbang tol	65.442.916	69.674.507	73.976.993	76.765.364	79.164.051	73.592.442	Orang
2. Jumlah pengunjung melalui bandara, stasiun terminal	7.990.407	6.388.447	6.524.071	7.073.615	7.038.837	7.603.193	Orang
Jumlah	73.433.323	76.062.954	80.501.064	83.838.979	86.202.888	81.195.635	Orang

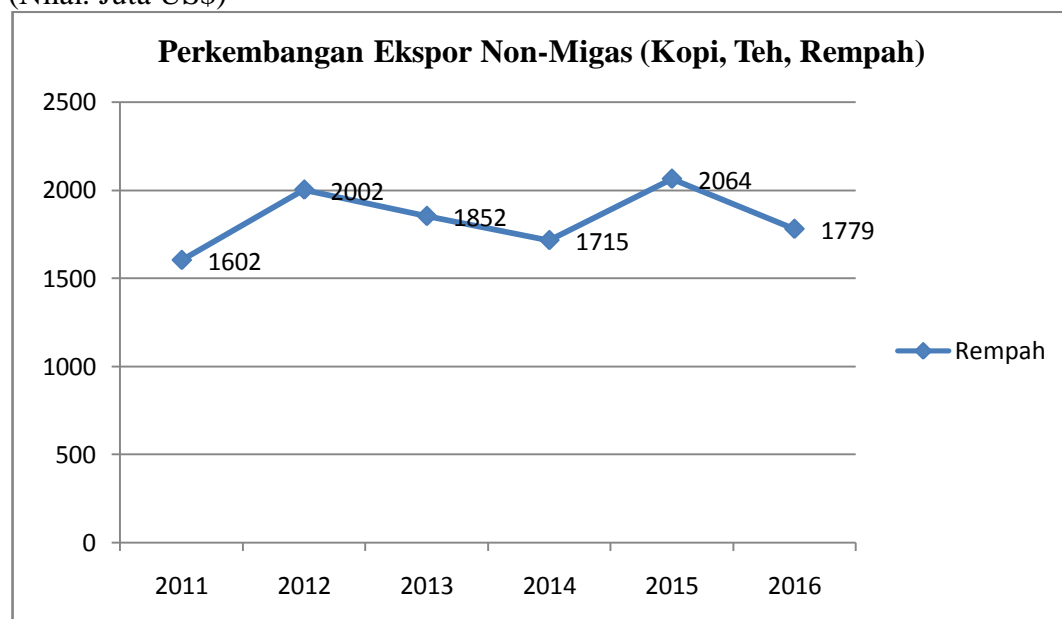
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung tahun 2016

Dari data di tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015 mengalami kestabilan jika dilihat dari jumlah kedatangan melalui gerbang tol, bandara, stasiun dan terminal. Untuk menunjang kebutuhan wisatawan, maka sarana-sarana wisata khususnya bidang kuliner berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu meraih keuntungan.

Keragaman menu nusantara membuat Indonesia sebenarnya kaya akan kuliner dengan resep masing-masing daerah yang disatukan oleh rempah-rempah. Peran rempah dalam pembentukan karakteristik masakan nusantara membuat industri seperti hotel, restoran, katering dan menggunakan rempah sebagai campuran kedalam produk masakan yang mereka jual.

Rempah-rempah termasuk dalam salah satu dari ekspor 10 komoditi potensial dengan peranan terhadap ekonomi Indonesia sebesar 1%, seperti yang tersaji di gambar di bawah ini :

(Nilai: Juta US\$)

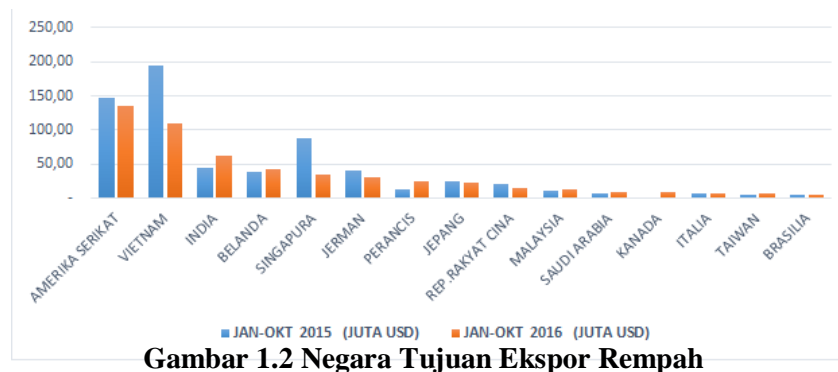


Gambar 1.1 Perkembangan Ekspor Non-Migas (Rempah)

Sumber : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2016

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa ekspor rempah-rempah pada tahun 2011-2016 mengalami fluktuasi dan terjadi penurunan pada tahun 2016. Walaupun demikian, rempah-rempah Indonesia dapat dikatakan menjadi salah

satu kebutuhan negara lain mengingat ekspor rempah dilakukan ke berbagai tujuan negara seperti yang tersaji di gambar berikut :



Sumber : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2016

Dari gambar 1.2 dapat dilihat bahwa negara Vietnam, Amerika Serikat menjadi dua terbesar negara tujuan ekspor rempah Indonesia. Peter (2001, hal. 5) menyatakan, selain sebagai penambah aroma ke dalam makanan, rempah juga berfungsi sebagai anti-oksidan, pemanjang daya simpan/pengawet alami, dan juga obat-obatan. Di kota Bandung sendiri, sarana wisata yang menyajikan makanan seperti hotel, restoran, katering di asumsikan membutuhkan rempah dalam meracik masakannya. Melihat banyaknya manfaat rempah seperti yang telah disebutkan, rempah memang memiliki peran penting baik di industri jasa boga, konsumsi rumah tangga, maupun untuk farmasi. Namun, pengetahuan konsumen dan masyarakat mengenai indikator rempah yang baik masih rendah. Hal ini didapatkan dengan kuesioner pra-penelitian yang penulis sebar kepada 50 responden heterogen. Berikut hasil pra-penelitian :

Tabel 1.2
Pertanyaan dan Jawaban Pra-Penelitian

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah anda mengkonsumsi rempah-rempah ?	39	78	11	22
2	Apakah anda mengetahui indikator rempah yang	22	44	28	56

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
	baik ?				
3	Apakah anda mengetahui rempah-rempah Indonesia diekspor ?	32	64	18	36

Sumber : Data Diolah Penulis 2017

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa dari 50 responden, bahwa sebanyak 78% responden menggunakan rempah dan 22% responden tidak menggunakan rempah. Namun hanya sebanyak 44% responden yang mengetahui indikator rempah yang baik dan 56% responden yang tidak mengetahui indikator rempah yang baik. Sementara sebanyak 64% responden sudah mengetahui rempah-rempah Indonesia diekspor dan 36% responden tidak mengetahui bahwa rempah Indonesia diekspor. Hal ini membuat penulis menyimpulkan bahwa walaupun banyak konsumen yang menggunakan rempah namun pengetahuan konsumen mengenai indikator rempah yang baik masih rendah.

Rempah dan kuliner nusantara tidak dapat dipisahkan. Jika diukur dari aspek organoleptik, konsumen kuliner akan mudah mengingat rasa dari kuliner tersebut sehingga muncul rasa ingin mencoba lagi sehingga secara tidak langsung rempah menimbulkan permintaan yang berulang pada kuliner-kuliner di nusantara dimana masyarakat juga berperan sebagai penjual, maupun pelaku-pelaku usaha kuliner.

Salah satu bagian yang bertanggungjawab mengenai pengadaan barang di hotel, restoran dan catering yaitu *receiving*. Suarsana (2007, hal. 47) mengemukakan, sebagai tempat menerima segala jenis barang keperluan operasional hotel (diasumsikan berlaku juga pada restoran dan catering), seorang penerima barang harus betul-betul menguasai pekerjaannya terutama terkait dengan kualitas (*quality*), jenis dan spesifikasi barang (*spesification*), ukuran bahan makanan tertentu (*size*), berat (*weight*), harga (*price*).

Mahadewi (2012, hal. 13) menyatakan bahwa ada alasan perlunya penelitian di suatu bidang tertentu yaitu, tidak ada informasi sama sekali pada aspek tertentu di bidang tersebut, informasi yang belum lengkap tentang aspek

tertentu dalam bidang tersebut, dan informasi sudah banyak tetapi belum dibuktikan kembali kebenarannya. Kebutuhan konsumen terhadap rempah dapat diketahui menggunakan metode kano. Seperti yang dinyatakan dalam penelitian Rosa (2013, hal. 1), metode ini dapat digunakan untuk mengetahui kebutuhan konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan Widiawan (2004, hal. 38), Noriaki Kano menyatakan metode kano bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti kebutuhan konsumen rempah dengan judul "*Analisis Kebutuhan Konsumen Terhadap Rempah Dengan Metode Kano*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Rempah apa saja yang dibutuhkan konsumen hotel, restoran, katering dan ibu rumah tangga ?
- 2) Bagaimanakah gambaran atribut produk rempah yang dibutuhkan konsumen hotel, restoran, katering dan ibu rumah tangga berdasarkan metode kano ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis lakukan yaitu untuk memperoleh data, mengolah data, menganalisis, dan menginterpretasikannya menjadi sebuah bahan untuk penyusunan skripsi yang diajukan sebagai salah satu persyaratan akademik untuk penyelesaian studi di program S1 Manajemen Industri Katering. Di samping itu tujuan penelitian yang lain adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui rempah-rempah yang dibutuhkan konsumen hotel, restoran, katering dan rumah tangga.
- 2) Mengetahui gambaran atribut produk rempah hotel, restoran, katering, dan ibu rumah tangga berdasarkan pengkategorian metode kano.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini pun dilakukan agar menjadi manfaat bagi yang lain, baik dari segi teoritis maupun segi praktis. Adapun penjabarannya sebagai berikut:

- 1) Manfaat teoritis
 - a) Pengembangan ilmu pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen.
 - b) Penelitian mengenai rempah.
 - c) Kajian studi mengenai metode kano.
- 2) Manfaat Praktis
 - a) Penulis dapat memahami seperti apa kebutuhan rempah berdasarkan karakteristik masing-masing objek.
 - b) Menjadi pedoman informasi bagi peneliti/penulis selanjutnya.
 - c) Menjadi informasi bagi pihak penyalur/supplier rempah-rempah.

