BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata tidak dipungkiri mendapat perhatian dan sorotan yang sangat meningkat di berbagai negara. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti A. Oka, 1996:118). Pariwisata merupakan salah satu hal yang menyangkut kebutuhan hidup manusia sebagai makhuk sosial dan merupakan alat vital yang dapat menunjang perekonomian negara kita ini. Pariwisata merupakan keseluruhan kegiatan, proses dan kaitan-kaitan yang berhubungan dengan perjalanan dan persinggahan dari orang-orang di luar tempat tinggalnya serta tidak dengan maksud mencari nafkah. Kepariwisataan merupakan keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat yang ditujukan untuk menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan (Fandeli, 2001).

Berbicara mengenai pariwisata Indonesia, tentu tidak ada habisnya. Keindahan alam Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Indonesia terkenal sebagai negara kepulauan, dan setiap kepulauan tersebut memiliki keindahan panorama dan keunikannya tersendiri, itu terbukti banyak sekali wisatawan lokal atau mancanegara mengunjungi negara Indonesia. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit.

Fauziah Tabriani, 2013
Analisis Kualitas Produk Surabi Berbasis Organoleptik Pada Pedagang Surabi Di Kota Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Selain keindahan alam dan budaya, dunia pariwisata juga akan selalu bersangkutan dengan dunia kuliner. Bepergian kemanapun yang tidak akan terlewatkan adalah mencari tempat makan yang nyaman, makanan yang rasanya menggugah selera, menu yang beraneka ragam, harga terjangkau, dan pelayanan yang baik. Suatu perusahaan yang membuka usaha tempat makan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan nilai yang lebih besar kepada konsumen sehingga menarik konsumen menjadi pelanggan yang loyal. Semakin banyak pesaing maka banyak juga yang menjadi pilihan bagi `pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Memuaskan konsumen merupakan salah satu tujuan perusahaan untuk menuju profitabilitas, dan kepuasan konsumen menjadi poin paling penting untuk diperhatikan, konsumen yang tidak puas akan dengan mudah meninggalkan suatu perusahaan dan dengan mudah akan pergi ke tempat yang lain.

Telah banyak dikatakan bahwa tujuan umum perusahaan (bisnis) adalah "membuat suatu produk atau jasa dengan biaya yang serendah-rendahnya, menjual dengan harga wajar dan membentuk kebiasaan" (Handoko, Hani 2008:1). Produk yang dijual kepada konsumen senantiasa akan meninggalkan citra baik atau buruk setelah konsumen menikmatinya. Oleh karenanya, setiap perusahaan juga harus memiliki strategi bagaimana cara untuk membuat produk yang berkualitas atau bermutu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen tersebut loyal dalam jangka panjang kedepannya. Meskipun suatu saat nanti akan ada kemungkinan perusahaan melakukan pengembangan atau inovasi produk namun suatu mutu produk tersebut harus tetap dijaga agar dapat konsisten.

Tabel 1.1

Data Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat

Wisatawan	Tahun		
	2010	**2011**	**2012**
Mancanegara	750.324	800.678	1.121.238
Nusantara	34.056.978	36.154.376	38.346.304
Jumlah Wisatawan	**34.807.302**	**36.955.054**	**39.467.542**

Sumber : Disbudpar Jawa Barat dan www.jabarprov.go.id

Dilihat pada tabel 1.1 diatas bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang diminati wisatawan lokal dan wisatawan asing untuk pilihan tempat berlibur, terbukti pada tabel tersebut dari tahun ke tahun angka kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Barat terus meningkat. Dalam Provinsi Jawa barat terdapat banyak kota yang menawarkan tempat berlibur yang berbeda-beda, dan salah satu kota di Jawa Barat yang merupakan kota yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan adalah Kota Bandung.

Tabel 1.2

Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung

Wisatawan	Tahun		
	2010	**2011**	**2012**
Mancanegara	228.449	225.585	176.855
Nusantara	4.951.439	6.487.239	5.080.584
Jumlah Wisatawan	**5.179.888**	**6.712.824**	**5.257.439**

Ket: Sudah Disesuaikan dengan Perhitungan BPS

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2013

Adanya data kunjungan wisatawan pada tabel 1.2 membuktikan bahwa Kota Bandung merupakan kota yang sangat diminati masyarakat luas untuk pilihan berlibur meskipun terlihat pada tabel tersebut kunjungan wisatawan ke kota Bandung pada tahun 2012 mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, tapi tidak menutup kemungkinan bahwa kota Bandung masih menjadi pilihan banyak wisatawan untuk pilihan berlibur. Berbagai tempat wisata di Bandung dapat menarik perhatian wisatawan domestik atau asing. Kota Bandung memiliki banyak hal menarik yang bisa menarik para wisatawan untuk datang ke kota ini dan juga membuat betah penduduk dan perantau yang tinggal didalamnya. Salah satu hal menarik yang ditawarkan oleh ibukota Provinsi Jawa Barat ini adalah suguhan kulinernya. Pilihan kuliner yang ada di Kota Bandung sangat beragam, mulai dari jajanan tradisional sampai dengan menu makanan ala luar negeri. Banyak berbagai tempat makan dan bahkan inovasi-inovasi makanan baru sudah banyak berdiri di kota Bandung. Usaha tempat makan itu sendiri beraneka ragam bentuknya, ada yang berbentuk makanan cepat saji, berbentuk restoran, *cafe*, kedai, dan lain-lain. Tempat makan biasa sampai yang luar biasa, dan juga dari mulai harga yang murah, sedang, hingga yang mahal pun ada. Berbagai macam makanan di Bandung ada, tak perlu kuatir akan kelaparan jika anda datang atau berlibur ke Bandung.

Bandung banyak menawarkan hidangan-hidangan kuliner dari hidangan tradisional sampai hidangan internasional. Maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha dibidang kuliner. Usaha kuliner kota Bandung pun sangat bermacam-macam mulai dari restoran, *café*, *food court*, sampai pedagang kaki lima. Dengan semakin berkembangnya variasi makanan dan pola konsumsi konsumen yang sangat selektif, para pebisnis kuliner harus dapat memperhatikan kuliner terkini dan memenuhi permintaan konsumen.

Tabel 1.3
Daftar Jajanan yang di Temui di Kota Bandung

NO	NAMA MAKANAN	NO	NAMA MAKANAN
1	Kue Ape	21	Bajigur
2	Pisang Bolen	22	Gehu Pedas
3	Rujak	23	Bandrek
4	Brownies	24	Es Lilin
5	**Surabi**	25	Cilok
6	Kripik Pedas	26	Pempek
7	Cireng Isi	27	Roti Kukus
8	Batagor	28	Crepes
9	Siomay	29	Risoles
10	Seblak	30	Martabak
11	Colenak	31	Pisang Karamel
12	Tutut	32	Molen
13	Es Cendol	33	Donat
14	Es Goyobod	34	Cakue
15	Pisang Aroma	35	Lumpia Basah
16	Kue Balok	36	Sop Buah
17	Pisang Keju	37	Tahu
18	Roti Bakar	38	Tahu Gejrot
19	Es Pisang Ijo	39	Peuyeum
20	Kentang Arab	40	Bandros

Sumber: Observasi

Jajanan khas yang ada pada tabel 1.3 diatas lebih sering kita kenal dan kita dengar sebagai jajanan pasar. Dimana dari zaman dahulu kemunculan jajanan pasar hingga sekarang masih tetap dapat dirasakan keberadaannya dan masih dapat dicari bahkan dinikmati, hanya saja mencari jajanan pasar tersebut harus di tempat-tempat penjual khusus, karena di zaman sekarang sudah jarang orang yang menjual jajanan pasar dengan cara berkeliling. Keuntungan yang didapat dari adanya usaha jasa boga yang berbasis jajanan pasar adalah dengan banyaknya yang berjualan makanan tradisional tersebut masyarakat tidak akan mudah melupakan berbagai macam makanan tradisional atau jajanan pasar ini sehingga keberadaan dari jajanan pasar bisa bertahan cukup lama, masyarakat juga akan mencari jajanan pasar ketika akan mengadakan beragam acara seperti lamaran pernikahan, nujuh bulan, arisan, temu

keluarga, pesta ulang tahun dan pengajian, dan untuk penjual jajanan pasar itu sendiri dapat memiliki keuntungan yang cukup menjanjikan karena jajanan pasar sampai pada saat ini masih diminati masyarakat luas.

Dari tabel 1.3 juga dapat dilihat bahwa salah satu kuliner jajanan pasar di kota Bandung yang menjadi pilihan para pelaku bisnis kuliner adalah surabi. Surabi ini menjadi jajanan pasar yang banyak diminati wisatawan lokal maupun asing, karena meskipun ukurannya yang tidak terlalu besar tetapi surabi mampu membuat perut terasa kenyang dan juga memberikan rasa yang menggugah selera. Di bawah ini merupakan tabel daftar penjual surabi di kota Bandung :

Tabel 1.4
Daftar Penjual Surabi di Kota Bandung

No	Daftar Penjual	Alamat
1	Roemah Surabi Imut	Jln. Setiabudhi 194
2	La Viva Café	Jln. Setiabudhi 173
3	Waroeng Setiabudhi	Jln. Setiabudhi 175
4	Waroeng Soerabi Enhaii	Jln. Setiabudhi 185
5	Surabi Abah	Jln. Geger Kalong Girang 53a
6	Surabi Duren Defri	Jln. Geger Kalong Girang 97
7	Surabi Arab	Jln.Ternate 10
8	Surabi Colenak (Warung Colenak)	Jln.IR.H.Juanda 343
9	Surabi d'cosmo	Jln. PHH. Mustopa (suci) 55
10	Surabi Pawon Pitue Cafe	Jln. Talagabodas 48
11	Serabi Ina	Jln. Burangrang 42
12	Surabi Eka Rasa	Jln. Burangrang 45
13	Pondok Surabi	Jln. Terusan Jakarta 79 Antapani
14	Kedai Surabi	Jln. Situlembang no.2
15	Surabi Haneut Bapak Asep Yuyun	Jln. BKR (Sebelah Alifa Moslem Shopping)
16	Tenda Surabi Duren Taman Abo	Jln.Sukajadi Depan RSHS
17	Surabi Iman Sukajadi	Jln. Sukajadi (Depan Zeus Sauna dan Spa)
18	Surabi Teh Iros	Jln.Geger Kalong Girang
19	Surabi Janda	Pujasera Merdeka Jl. Purnawarman 10 - 12
20	Surabi Pa Rahmat	Jln. Buah Batu (depan Subur Abadi Motor 98)

Sumber: Penelitian 2013

Serabi kadang disebut srabi atau surabi merupakan salah satu makanan ringan atau jajanan pasar yang berasal dari Indonesia. Serabi serupa dengan *pancake* (*pannekoek* atau *pannenkoek*) namun terbuat dari tepung beras (bukan tepung terigu). Pancake versi Indonesia ini sudah menjadi idola sejak diciptakan tahun 1923 silam. Tak hanya anak-anak, kakek nenek dan orang dewasa pun menikmati panganan berasa gurih dan legit ini. Dengan penggemar yang semakin banyak, surabi beradaptasi menjadi surabi yang lebih modern dengan berbagai modifikasi. Serabi pun mengalami beberapa perubahan seiring berkembangnya jaman. Pertama, rasanya menjadi beragam, mulai dari keju, strawberi, nangka, pandan, kacang hingga susu. Kedua, serabi tak hanya dapat dimasak menggunakan arang tapi mulai menggunakan kompor gas. Serabi pun bahkan mulai di-franchise-kan.

Surabi awalnya dibuat dari tepung beras, pandan, vanilla, gula, santan kelapa dan garam tanpa bahan pengawet. Istimewanya, tepung beras ditumbuk secara tadisional agar rasa gurihnya tetap terjaga. Selain dari bahan bakunya, serabi juga memiliki ciri khas dari cara dan proses memasaknya, serabi dimasak menggunakan semacam cobek kecil yang terbuat dari tanah liat, dan dimasak dengan menggunakan kayu bakar. Cara ini dipilih karena rasa serabi sehingga terasa lebih gurih dan serabi dimasak dengan arang akan membuat bagian bawah serabi sedikit gosong dan *crispy*. Tak hanya menjadi pelengkap hidangan dan makanan kecil tapi juga sebagai *icon* pariwisata. Banyak turis mancanegara dan lokal yang menyukai makanan asli Jawa Tengah ini. Makanan yang ada hampir seabad ini menjadi budaya yang wajib dilestarikan dan dibudidayakan.

Banyaknya warung surabi yang berdiri di kota Bandung dipastikan memiliki hasil produk surabi yang berbeda-beda, standar resep yang berbeda, inovasi rasa yang beraneka ragam. Industri pangan merupakan bisnis yang memiliki persaingan yang ketat sehingga kualitas produk menjadi hal yang harus diutamakan dalam proses produksi, keberadaan suatu perusahaan dan kualitas produknya tidak lepas dari kuatnya prinsip manajemen kualitas yang diterapkan. Kualitas dalam dunia pangan

adalah sesuatu standar minimum yang harus dipenuhi agar mampu memuaskan pelanggan yang menggunakan output dari sistem industri pangan itu, serta harus terus-menerus ditingkatkan sejalan dengan tuntutan pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif. Sudah saatnya industri pangan melakukan reorientasi dan redefinisi tujuan dari industri pangan, bukan sekedar menghasilkan produk sebanyak-banyaknya tanpa peduli akan kepuasan pengguna produk itu, melainkan juga harus bertanggung jawab untuk menghasilkan produk yang kompetitif dan berkualitas agar memuaskan kebutuhan pelanggan untuk mengonsumsi produk pangan tersebut. Untuk mengetahui mutu produk surabi yang berkualitas dan yang dapat diminati banyak konsumen, perlu adanya studi pengujian sensori atau pengujian dengan indera manusia atau dikenal juga dengan istilah pengujian organoleptik, karena selera manusia sangat menentukan dalam penerimaan dan nilai suatu produk. Barang yang direspon secara positif oleh indra manusia karena menghasilkan kesan subjektif yang menyenangkan dan memuaskan harapan konsumen disebut memiliki kualitas sensori yang tinggi.

Dengan adanya fenomena ini penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang ada dengan judul **"ANALISIS KUALITAS PRODUK SURABI BERBASIS ORGANOLEPTIK PADA PEDAGANG SURABI DI KOTA BANDUNG".**

1.2 Rumusan Masalah

1. Kualitas produk surabi mana yang diminati konsumen di Kota Bandung?
2. Berdasarkan parameter rasa, tekstur (luar/kerak dan dalam) , aroma, kekenyalan, daya kembang berisi, mana yang memikat konsumen terhadap surabi?
2 Inovasi rasa surabi manakah yang paling banyak diminati konsumen, berbasis rasa asin atau berbasis rasa manis?

2.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

2.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas produk surabi mana yang diminati konsumen di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui dari parameter rasa, tekstur (luar/kerak dan dalam) , aroma, kekenyalan, dan daya kembang berisi, mana yang dicari konsumen terhadap surabi.
3. Untuk mengetahui apakah inovasi surabi berbasis rasa asin atau berbasis rasa manis yang paling banyak diminati konsumen di kota Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Pada Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis dalam melaksanakan penelitian ini penulis memperoleh dan mengetahui jelas tentang mengetahui kualitas produk surabi mana yang baik dan diminati konsumen,

b. Manfaat Praktis

Secara Praktis manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan informasi tambahan bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pemilik perusahaan dalam konten memberikan kualitas produk surabi yang baik dan yang diharapkan konsumen,