

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Dimulai dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Pendit, S Nyoman 2002, hlm 59).

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 3 tentang kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah.

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan ke Indonesia 2016 & 2017

Bulan	Jumlah Wisatawan Mancanegara	
	2017	2016
Januari	1.032.930	814.303
Februari	957.583	888.309
Maret	1.066.588	915.019
April	1.142.180	901.095
Mei	1.150.067	915.206
Juni	1.111.616	857.651
Juli	1.379.961	1.032.741
Agustus	1.404.664	1.031.986
September	1.213.640	1.006.653
Oktober	1.158.599	1.040.651
November	-	1.002.333
Desember	-	1.113.328

(Sumber : Kementerian Pariwisata, 2017)

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa dalam setahun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mengalami fluktuasi sedangkan dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Maka dari itu perlu dikembangkan lagi sektor pariwisata di Indonesia agar setiap bulannya mengalami peningkatan yang cukup signifikan juga.

Tabel 1.2
Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Jawa Barat 2012-2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2012	1.905.378	42.758.063	44.663.441
2013	1.794.401	45.536.179	47.330.580
2014	1.962.639	47.992.088	49.954.727
2015	2.027.629	56.334.706	58.362.335
2016	4.428.094	58.728.666	63.156.760

Sumber : (Pusdalibang Provinsi Jawa Barat, 2016)

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik yang berkunjung ke Provinsi Jawa Barat mengalami fluktuasi cenderung peningkatan di beberapa tahun terakhir, untuk terus meningkatkan kunjungan wisatawan setiap tahunnya, perlu adanya peningkatan salah satunya secara infrastruktur dan bekerjasama dengan kota-kota yang masih kurang diunggulkan dalam sektor pariwisatanya. Letak geografis Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan ibu kota Negara Indonesia yaitu DKI Jakarta menjadikan Jawa Barat memiliki potensi pariwisata yang sangat strategis bagi pelaku bisnis wisata.

Untuk mendorong pariwisata di Jawa Barat hal yang bisa dilakukan salah satunya adalah meningkatkan infrastruktur, karena mampu memudahkan wisatawan berkunjung ke Jawa Barat, hal ini didukung oleh kesepakatan antara pemerintah dan Bank Indonesia mengenai lima kebijakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satunya menurut Gubernur Bank Indonesia Agus Martowardojo dalam CNN Indonesia yang menjabarkan bahwa pembangunan infrastruktur berpotensi menumbuhkan sumber ekonomi bagi Jabar. Mulai dari infrastruktur berupa jalan tol, kereta api, bandar udara, pelabuhan, bendungan, penyediaan air bersih, hingga sektor kelistrikan.

Tabel 1.3
Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik
di Kota Bandung 2011-2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

(Sumber : PPID Kota Bandung, 2017)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa telah terjadi fluktuasi dari tahun ke tahun terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, agar terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, dan menjadikan pariwisata sebagai sektor yang sangat diunggulkan di Kota Bandung, salah satu hal yang perlu ditingkatkan kembali adalah infrastruktur di Kota Bandung karena hal ini mampu mempengaruhi sektor pariwisata.

Inovasi menurut P.H.,Bartono. SE dan Ruffino E.M.SE. dalam buku *Food Product Management* di Hotel dan Restoran (2005, hlm. 193) merupakan proses yang tidak pernah berhenti karena merupakan tuntutan perusahaan yang selalu menghendaki produk-produk terbaru yang tidak dapat muncul begitu saja kalau tidak ada orang-orang yang melakukannya.

Selai adalah bahan dengan konsentrasi gel yang dibuat dari bubur buah. Selai biasanya sebagai bahan tambahan makanan dalam pembuatan roti dan kue. Konsentrasi gel pada selai diperoleh dari interaksi senyawa pektin yang berasal dari buah atau pektin yang ditambahkan dari luar, seperti gula dan asam. Interaksi ini terjadi pada suhu tinggi dan bersifat menetap setelah suhu diturunkan (Hasbulloh, 2001, hlm. 21).

Peneliti melakukan pra-penelitian untuk melihat produk selai yang ada di pasaran dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Azhar Khairul Fadhilah, 2018

**INOVASI PRODUK SELAI BUAH NAGA BERCITARASA KAYU
MANIS BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

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

Tabel 1. 4 Selai di Pasaran

No	Foto	Di jual di	Keterangan
Selai Buah			
1		Supermarket	Morin - Produk ini produk yang cukup terkenal yang sering di temukan di supermarket biasanya mempunyai jenis rasa strawberry, blueberry, dan orange dan di kemas dalam bentuk toples, dengan berat bersih 330 gr dan 170 gr. Dengan harga kisaran 22.500 hingga 39.500
2		Supermarket	Mariza - Produk ini biasanya berbahan dasar buah nanas, strawberry, dan blueberry dan menggunakan kemasan botol plastik dengan berat bersih 350 gr dengan harga kisaran 19.500 - 22.100
3		Pasar	Kiloan - Produk selai yang biasa di jumpai di pasar tradisional dengan kemasan plastik dan di jual dalam bentuk kiloan, dengan kisaran harga 35.000/Kg
4		Supermarket	Fruity - Selai ini lebih mirip dengan selai kiloan karena kemasan selai ini hanya menggunakan plastik dengan berat bersih 200 gr dan harga 4.600 dan biasanya hanya ada dua varian rasa yaitu nanas dan strawberry
5		Supermarket	Hero - Produk ini biasanya dalam kemasan kaca dengan isi bersih 28 gr dengan harga berkisar 6.000
Selai Non-Buah			
1		Supermarket	Skippy - Produk ini berbahan dasar kacang dengan kemasan toples plastik, dengan berat bersih sekitar 340 gr, dengan kisaran harga 45.900
2		Supermarket	Nutella - Produk berbahan dasar coklat dan kacang ini biasanya dalam kemasan berbahan plastik dengan berat bersih 200 gr dengan kisaran harga 44.600
3		Supermarket	Ovomaltine - Produk ini berbahan dasar cokelat dengan kemasan toples kaca yang mempunyai berat bersih 380 gr dengan harga 74.500
4		Supermarket	Ceres - Produk ini berbahan dasar cokelat dengan kemasan plastik dengan berat bersih 400 gr dan kisaran harga 35.000

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Dari tabel 1.4, yang merupakan hasil pra-penelitian penulis untuk melihat jenis-jenis produk selai yang dijual di pasaran saat ini, menunjukkan bahwa mayoritas selai yang ada untuk selai buah rata-rata menggunakan buah stroberi, *blueberry*, dan nanas sebagai bahan dasar utamanya. Selain itu, untuk ada varian rasa diluar bahan dasar buah-

Azhar Khairul Fadhilah, 2018

INOVASI PRODUK SELAI BUAH NAGA BERCITARASA KAYU

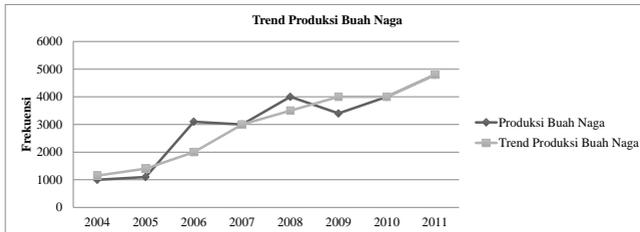
MANIS BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

buahan, seperti kacang dan juga coklat. Semua produk selai yang ada biasanya dikemas dalam bentuk botol maupun toples plastik dengan berat bersih sekitar 200 – 300 gram dengan rata-rata harga diatas Rp. 20.000 . Kurangnya inovasi terhadap selai ini menuntut adanya inovasi dalam selai. Banyak hal yang bisa dilakukan dalam inovasi selai. Selai buah naga bercitarasa rempah seperti kayu manis, cengkeh, dan sebagainya merupakan ide yang baik untuk meningkatkan minat konsumen dalam mengkonsumsi selai.

Buah naga atau *Dragon Fruit* adalah buah yang mempunyai daya tarik tersendiri. Dengan rasa khas yang merupakan kombinasi antara rasa manis dan asam. Buah naga juga dapat menjadi suatu industri bahan pewarna alami selain itu berbagai jenis olahan bisa diolah dengan buah naga seperti pudding, jus, es buah (Daniel, Kristanto, 2014, hlm. 3).



Gambar 1. 1 Perkembangan Produksi Buah Naga Tahun 2004-2011
(Sumber: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/434/291>.
2017)

Berdasarkan data grafik di atas penjual produksi buah naga mengalami peningkatan produksi setiap tahun yang mengakibatkan jumlah buah naga bertambah banyak, dengan adanya inovasi ini diharapkan penjual produksi buah naga meningkat tajam dari tahun ke tahunnya.

Tabel 1.5 Kandungan Gizi Buah Naga

Zat	Kandungan Gizi
Air (g)	82,5 - 83
Protein (g)	0,159 - 0,229
Lemak (g)	0,21 - 0,61
Serat Kasar (g)	0,7 - 0,9
Karoten (mg)	0,005 - 0,012
Kalsium (mg)	6,3 - 8,8
Fosfor (mg)	30,2 -36,1
Iron (mg)	0,5-0,65
Vitamin B1 (mg)	0,28-0,043
Vitamin B2 (mg)	0,043-0,045
Vitamin B3 (mg)	0,297-0,43
Vitamin C (mg)	8,0-9,0
Thiamine (mg)	0,28-0,030
Riboflavin (mg)	0,43-0,044
Niacin (mg)	1,297-1,3
Abu (g)	0,28

(Sumber <http://repository.usu.ac.id/>, 2017)

Dari tabel 1.5 di atas menjelaskan bahwa buah naga memiliki kandungan air yang sangat banyak sehingga buah naga cocok diolah menjadi selai tanpa penambahan air kembali. Selain itu melihat kandungan gizi yang banyak dari buah naga sangat bagus untuk dijadikan inovasi produk.

Penulis memilih menggunakan buah naga selain karena kandungan gizi buah naga yang cukup bagus, buah naga juga

Azhar Khairul Fadhilah, 2018

**INOVASI PRODUK SELAI BUAH NAGA BERCITARASA KAYU
MANIS BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

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

mempunyai warna yang menarik dan buah naga tidak mengalami perubahan warna saat setelah proses pemasakan, dan juga di pasaran saat ini belum ditemukan olahan buah naga yang menarik selain hanya dijadikan menjadi jus, salad, dan sebagai buah potong biasa.

Dengan melihat potensi yang cukup baik pada buah naga penulis melakukan pra-eksperimen pembuatan selai buah naga, karena produk selai di pasaran mayoritas menggunakan buah yang masam seperti nanas, stroberi, *blueberry*, jeruk.

Selain memiliki kelebihan pada warnanya buah naga juga memiliki kekurangan pada rasanya. Rasa manisnya yang kurang tajam membuat buah ini harus diolah dengan memberikan tambahan rasa manis dari gula, aroma dari rempah, serta rasa asam dari perasan jeruk pada saat mengolahnya.

Penulis telah melakukan pra-eksperimen mengolah selai buah naga dengan berbagai macam rempah dan bumbu segar. Rempah yang penulis uji coba yaitu cengkeh, pala, kayu manis, dan bunga fuli, sedangkan bumbu segar yang digunakan yaitu, batang serih, dan daun jeruk. Dari bumbu dan rempah tersebut semuanya memiliki karakteristik yang berbeda, dari rempah dan bumbu tersebut dipilih mana yang cocok dengan produk *pastry* yaitu sebagai olesan roti. Dalam penggunaan rempah juga harus di perhatikan dalam mengolah rempahnya, dalam pembuatan selai buah naga rempah yang digunakan haruslah rempah yang utuh agar tidak merusak pada tekstur, rasa, serta warna pada selai itu sendiri

Kelebihan mengolah buah naga menjadi selai yaitu karena selai mempunyai daya simpan yang panjang terutama ketika buah naga melimpah dan daya jual yang kurang (dalam bentuk buah), olahan selai juga menjadi solusi untuk memudahkan dalam transportasi produk, dan bagi masyarakat yang tidak memiliki banyak waktu dalam membuat bekal, variasi olahan ini bisa menjadi pilihan terbaru bagi mereka.

Dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan bahwa masih belum banyaknya produk olahan buah naga, sedangkan produksi buah naga dari tahun ke tahunnya meningkat cukup signifikan. Setelah melakukan pra-eksperimen penulis memilih menggunakan rempah pala, cengkeh, dan kayu manis, lalu penulis akan mencari rasa yang lebih sesuai sebagai olesan roti menurut ahli dan juga masyarakat. Oleh karena itu, penulis menyusun proposal skripsi dengan judul “Inovasi Produk Selai Buah Naga dengan Citarasa Kayu Manis”.

Azhar Khairul Fadhilah, 2018

**INOVASI PRODUK SELAI BUAH NAGA BERCITARASA KAYU
MANIS BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

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

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis ingin teliti adalah:

1. Bagaimana formulasi resep inovasi produk selai buah naga dengan citarasa rempah?
2. Bagaimana daya terima konsumen terhadap inovasi produk selai buah naga dengan citarasa rempah?
3. Bagaimana harga jual yang sesuai dengan inovasi produk selai buah naga dengan citarasa rempah?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui formulasi setiap resep inovasi produk selai buah naga dengan citarasa rempah.
2. Untuk mengetahui daya terima konsumen terhadap inovasi produk selai buah naga dengan citarasa rempah.
3. Untuk mengetahui harga jual yang sesuai dengan inovasi produk selai buah naga dengan citarasa rempah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengembangkan ilmu terutama pada keahlian inovasi produk.
 - b. Menambah wawasan ilmu kuliner dengan kreatifitas dalam berinovasi.
2. Manfaat Praktisi
 - a. Memberikan pengetahuan tentang hasil olahan lain dari buah naga.
 - b. Sebagai pengembangan wawasan serta pengalaman dalam menyusun skripsi dengan berinovasi pada produk selai buah naga dengan cita rasa rempah kayu manis.

Azhar Khairul Fadhilah, 2018

INOVASI PRODUK SELAI BUAH NAGA BERCITARASA KAYU
MANIS BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN

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