

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia berkembang secara pesat dan tidak dipungkiri perekonomian negara semakin meningkat. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Setiap orang pasti memerlukan wisata atau mengunjungi tempat-tempat hiburan dalam hidupnya. Dengan berwisata kita dapat menghilangkan beban disetiap rutinitas dalam pekerjaan. Pariwisata tidak hanya dilihat dari objek wisata melainkan harus disertai penunjang lainnya seperti fasilitas dari tempat wisata itu sendiri, akses menuju tempat wisata, kuliner dari tempat wisata tersebut, keamanan, kenyamanan harus di perhatikan demi kepuasan para wisatawan.

Bandung dikenal sebagai kota tujuan wisata kuliner. Iklim yang sejuk, keanekaragaman makanan dan tempat belanja merupakan tempat wisata yang menjadi daya tarik dari kota Bandung. Wisatawan yang datang ke kota Bandung semakin bertambah tiap tahunnya. Sebagaimana dilihat dari data jumlah pengunjung yang terdaftar di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung dari tahun 2008 – 2011.

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung
Tahun 2008-2011

No.	Tahun	Jumlah/Orang
1	2008	4.495.245
2	2009	5.007.608
3	2010	5.179.888
4	2011	6.712.824

Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, (2013)

Dilihat dari data di atas, terjadi kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik dari tahun 2008-2011. Selain perkembangan pariwisata, perkembangan dunia kuliner di Bandung juga sangat pesat. Restoran yang ada di Bandung sangat beragam mulai dari restoran yang menyajikan makanan tradisional maupun internasional dengan fasilitas yang memadai. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Marsum WA (2005:7) “restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu baik berupa makan maupun minum”. Jumlah restoran di Bandung terus meningkat, berdasarkan data yang telah terdaftar di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung, restoran diklasifikasikan seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Daftar Restoran dan Rumah Makan yang Telah Mempunyai
Perizinan
di Kota Bandung Tahun 2010-2012

No.	Klasifikasi	Jumlah Potensi		
		Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012
1	Restoran Talam Kencana	0	0	0
2	Restoran Talam Salaka	12	13	26
3	Restoran Talam Gangsa	86	121	141
4	Restoran Waralaba	40	40	42
5	Bar	5	12	12
6	Rumah Makan A	16	20	30
7	Rumah Makan B	68	101	123
8	Rumah Makan C	62	144	150
Jumlah		286	451	524

Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, (2013)

Peningkatan jumlah restoran tersebut pada tahun 2011 meningkat 57.69% dari tahun 2010. Dan tahun 2012 meningkat 16% dari tahun 2011. Hal ini disebabkan karena dunia kuliner mempunyai prospek yang sangat baik dilihat dari omzet pendapatan, laba dan keragaman produk menjadi lebih banyak dan menarik dari sebelumnya.

Hidangan kuliner sangat beragam dari mulai hidangan pembuka sampai penutup. Produk kuliner dirancang agar terlihat lebih menarik yang dilihat dari segi penampilan, bentuk, rasa, warna, *garnish* pada produk makanan tersebut sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen. Salah satu produk kuliner yang dapat dikembangkan dengan berbagai inovasi adalah produk dalam bidang pastry. Inovasi akan dimulai dari pengumpulan gagasan, kemudian penelitian bahan-bahan dan alat. Di formulasikan suatu resep dan dibuat eksperimen dengan resep yang ada, hasil percobaan dinilai dan direvisi jika perlu dan jika sudah dianggap sempurna maka akan ditetapkan produk baru (Suhardjito, 2006).

Menurut Herudiyanto (2008) pastry digolongkan menjadi 4 kelompok berdasarkan metode pembuatannya yaitu *short crust pastry*, *puff pastry*, *flaky pastry* dan *choux pastry*. *Choux pastry* adalah adonan yang dibuat dengan menggunakan mentega, air, tepung terigu dan telur. Selain itu, gula dan garam dapat ditambahkan kedalam adonan tersebut. Nama adonan ini berasal dari bahasa Perancis yaitu *Pâte à choux* yang secara literal berarti "pasta kubis" karena bentuk akhirnya yang menyerupai kubis. Sementara itu, adonan ini sering disebut sebagai *Choux paste* karena teksturnya yang tidak padat seperti adonan lain. Masyarakat Indonesia lebih cenderung mengenal kue yang dipaparkan diatas dengan sebutan Kue Sus.

Kue sus memiliki rasa kulit yang *plain* sehingga dapat di isi dengan *filling* yang manis maupun gurih. Inovasi yang dapat dilakukan pada produk sus ini dengan cara mengganti sebagian bahan baku dari tepung terigu oleh tepung talas. Selain itu talas dapat di tanam di Indonesia berbeda dengan gandum yang sulit di tanam di Negara kita sehingga kita sendiri dapat mengolah talas tersebut menjadi tepung. Tepung talas dijadikan substitusi bahan baku dalam pembuatan kue sus.

Kandungan energi dan karbohidrat dari talas memang tidak sebanyak yang dimiliki tepung terigu. Umbi talas juga dapat diolah menjadi suatu inovasi produk kue sus dengan cara dibuat tepung terlebih dahulu. Umbi talas yang sudah di buat tepung dapat dijadikan sebagai sebagian bahan pengganti tepung terigu. Berikut ini adalah kandungan gizi umbi talas dan tepung terigu:

Tabel 1.3
Komposisi Kimia Umbi Talas dan Tepung Terigu

Komponen	Komposisi	
	Talas	Tepung Terigu
Energi (kal)	104	357
Protein (g)	1.9	8.9
Lemak (g)	0.2	1.3
Karbohidrat (g)	23.7	77.3
Kalsium (mg)	28.6	16
Fosfor (mg)	61.0	106
Besi (mg)	1.0	1.2
Vitamin A (SI)	6	0
Vitamin C (mg)	4.0	0
Vitamin B1 (mg)	0.13	0.12
Air (g)	73.0	12

Sumber: Departemen Pertanian RI (1996)

Kandungan kalsium, vitamin A, vitamin C, vitamin B1 dan air dari talas lebih tinggi dari pada tepung terigu. Terlebih penting lagi kandungan lemak talas lebih rendah dari tepung terigu.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis talas, talas yang digunakan yaitu talas yang mudah didapat di pasaran dan harga yang relatif murah, karena jika talas yang dipakai harganya mahal harga produk yang didapat akan jauh lebih mahal jika dibandingkan dengan produk yang menggunakan terigu.

Agar suatu produk dapat diterima oleh konsumen dapat ditentukan oleh dua aspek yaitu penampilan dan rasa dari makanan itu sendiri. Daya penerimaan terhadap suatu makanan ditentukan oleh rangsangan yang ditimbulkan oleh makanan melalui indera penglihatan, penciuman serta perasa atau pengecap bahkan mungkin pendengar. Walaupun demikian faktor utama yang akhirnya mempengaruhi daya penerimaan terhadap makanan yaitu rangsangan cita rasa yang ditimbulkan oleh makanan itu. Oleh karenanya penting sekali dilakukan penilaian cita rasa untuk mengetahui daya penerimaan konsumen (Moehyl, 1992). Menurut Winarno (1997) rasa suatu makanan merupakan faktor yang turut

menentukan daya terima konsumen. Rasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu senyawa kimia, suhu, konsentrasi dan interaksi dengan komponen rasa yang lain.

Uji daya terima konsumen bertujuan untuk mengetahui penilaian seseorang akan suatu sifat atau kualitas suatu bahan yang menyebabkan orang menyenangkan. Panelis mengemukakan tanggapan pribadi yaitu kesan yang berhubungan dengan kesukaan atau tanggapan senang atau tidaknya terhadap sifat sensorik atau kualitas yang dinilai (Soewarno, 1985:77).

Untuk mengetahui daya terima konsumen dilakukan dengan uji organoleptik dengan kriteria organoleptik dilihat dari aroma, tekstur, warna, rasa dan penampilan produk itu sendiri. Dengan melibatkan beberapa panelis ahli untuk menilai dari beberapa *sample* produk tersebut. Produk yang mempunyai nilai tinggi dari hasil uji organoleptik panelis ahli kemudian diberikan kepada panelis konsumen untuk mengetahui daya terima konsumen.

Setiap menciptakan produk baru tidak hanya untuk diuji dan diterima oleh konsumen, tetapi ada perlakuan selanjutnya sehingga produk tersebut siap dipasarkan apakah layak atau tidaknya suatu usaha tersebut dijalankan dengan cara menganalisis studi kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan.

Melihat dari pembahasan diatas peneliti akan melakukan pembuatan *choux* berbasis inovasi produk salah satunya dibuat *choux* berbentuk unik tidak seperti *choux* pada biasanya dan penambahan modifikasi warna dari bahan baku tepung talas. Oleh karena itu, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Daya Terima Konsumen *Choux Pastry* Berbasis Penambahan Tepung Talas sebagai Subtituen Bahan Baku”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana formula penggunaan tepung talas sebagai substituen bahan baku dalam pembuatan *choux pastry* sehingga menghasilkan produk yang baik?
2. Bagaimana daya terima konsumen terhadap produk *choux pastry* dengan penggunaan tepung talas sebagai substituen bahan baku?

3. Bagaimana studi kelayakan bisnis dari produk *choux pastry* berbahan baku dari tepung talas ditinjau dari aspek keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perbandingan penggunaan tepung talas sebagai substituen bahan baku dalam pembuatan *choux pastry* sehingga menghasilkan produk yang baik.
2. Untuk mengetahui daya terima dari konsumen terhadap produk *choux pastry* dengan penggunaan tepung talas sebagai substituen bahan baku.
3. Untuk mengetahui studi kelayakan bisnis dari produk *choux pastry* berbahan baku dari tepung talas ditinjau dari aspek keuangan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Untuk menambah wawasan tentang inovasi produk dan mengembangkan suatu bahan baku oriental menjadi produk kontinental dari penggunaan tepung talas yang diolah menjadi *choux pastry* berbasis inovasi produk, uji daya terima konsumen, dan dapat mengetahui layak atau tidaknya usaha tersebut.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap semoga penulisan ini bermanfaat bagi pengusaha dalam bidang pastry untuk memanfaatkan bahan baku umbi-umbian menjadi suatu inovasi produk.