

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sektor penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Hal itu dapat terlihat dari devisa yang berasal dari sektor pariwisata. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang pariwisata berhasil membuat wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara untuk berwisata dan datang kembali ke objek daerah tujuan wisata di Indonesia.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Wisatawan yang datang memiliki tujuan diantaranya untuk liburan bersama keluarga atau kerabat, melepaskan penat, berbelanja dan juga untuk menikmati wisata kuliner. Salah satu kota yang menjadi tujuan wisatawan untuk berwisata yaitu kota Bandung. Kota kembang ini terkenal dengan kota *fashion* dan kulinernya yang beraneka ragam.

Pertumbuhan wisatawan untuk mengunjungi kota Bandung selalu naik setiap tahunnya. Walaupun ada pada tahun tertentu kedatangan wisatawan menurun. Namun hal itu tidak berpengaruh terhadap antusias wisatawan lain yang mengunjungi kota Bandung. Biasanya pengunjung yang membawa kendaraan memasuki kota Bandung via gerbang tol Pasteur, Pasir Koja, Kopo, M.Toha, dan Buah Batu. Selain itu juga, pengunjung yang tidak membawa kendaraan pribadi datang berkunjung ke kota Bandung melalui bandara, stasiun dan terminal. Berbagai hotel berbintang dengan fasilitas-fasilitas yang menarik bisa dijadikan pilihan oleh para wisatawan untuk menginap. Data kunjungan serta pertumbuhan wisatawan yang datang ke kota Bandung dapat dilihat dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Yang Datang Ke Kota Bandung
Tahun 2009-2011

Keterangan	2009 (orang)	2010 (orang)	2011 (orang)
Wisman	185.076	228.449	225.585
Wisnus	4.822.532	4.951.439	6.487.239
Jumlah wisatawan	5.007.608	5.179.888	6.712.824

Ket: sudah disesuaikan dengan perhitungan BPS

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2013.

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 dihalaman satu pertumbuhan wisatawan meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2009 jumlah wisatawan meningkat sebesar 11,3% dan pada tahun 2010 sebesar 3,4%. Pertumbuhan wisatawan pun kembali meningkat sebesar 29,5% pada tahun 2011. Hal itu memperlihatkan bahwa setiap tahunnya pertumbuhan wisatawan selalu meningkat.

Para wisatawan yang datang ke kota Bandung mempunyai tujuan untuk menjelajahi Bandung dengan keragaman kulinernya. Banyaknya potensi restoran, rumah makan dan juga cafe yang menawarkan aneka ragam makanan dan minuman menjadi salah satu faktor pendorong wisatawan untuk datang ke kota Bandung. Makanan dan minuman serta fasilitas yang ditawarkan oleh setiap tempat makan akan berbeda dan menampilkan ciri khas masing-masing. Adanya ciri khas dan karakter serta ragamnya makanan dan minuman yang ditawarkan oleh beberapa tempat makan, membuat para wisatawan penasaran untuk mencobanya.

Tabel 1.2
Rekapitulasi Dan Daftar Nama Potensi Restoran Dan Rumah Makan Berijin Di
Kota Bandung
Tahun 2010-2012

No	Klasifikasi	Jumlah Potensi		
		2010	2011	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	289	451	524

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2013.

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa setiap tahunnya potensi restoran dan rumah makan mengalami pertumbuhan. Peringkat restoran dan rumah makan terbaik dapat dilihat dari segi fasilitas yang ditawarkan. Restoran Talam Kencana dan Talam Gangsa merupakan restoran berijin yang dapat menjual dan menyediakan minuman beralkohol. Restoran Talam Gangsa merupakan restoran yang memiliki retribusi paling kecil. Rumah makan dengan klasifikasi A, B dan C merupakan rumah makan dengan fasilitas terbaik dimulai dengan klasifikasi A lalu klasifikasi B dan selanjutnya klasifikasi C.

Selain daftar potensi restoran dan rumah makan terdapat berbagai macam toko roti dan kue yang ada di kota Bandung. Toko roti dan kue juga merupakan salah satu daya tarik wisatawan untuk berwisata kuliner atau dijadikan bahan oleh-oleh. Banyak sekali toko kue dan roti (*bakery*) yang diantaranya dapat dilihat dalam Tabel 1.3.

Tabel 1.3

Daftar Nama Toko Kue dan Roti (*Bakery*) di Kota Bandung

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Kartika Sari	Jl. H. Akbar (Kebon Kawung)No.4
2	Holland Bakery	Jl. Dr. Abdul Rivai No.7
3	Bread Talk	Istana Plaza, GF, Jl. Pasir Kaliki No. 121-123
4	Prima Rasa	Jl. Pasirkaliki No. 163
5	Bread Legend	Jln. Buah Batu No. 167
6	Disini Bakery	Jalan Cikawao No. 14
7	Bawean Bakery	Jl. Bawean No.4
8	Vitasari	Komplek Kurdi No. 49
9	Cherish Cake & Bakery	Jln. Jend. A. Yani No. 300D
10	Mayasari Bakery	Jl. Abdul Rahman Saleh No. 71
11	Daily Bread	Jl. Ciliwung No.15
12	Jesslyn K-Cakes	Bandung Trade CentreJl Dr Djundjunan 143-149
13	Soes Merdeka	Jl. Merdeka No. 25-29
14	Red Tulip Bakery	Jl. Margahayu Raya, Soekarno Hatta
15	Berkat Plus Bakery	Jl. Jend. Gatot Subroto No. 289
16	Lareine Kue & Roti	Jl Pasirkaliki No. 104
17	Rotiku	Jl Dr Setiabudi 168, Hegarmanah
18	Larissa Cake & Bakery	Jl. Terusan Jakarta Bandung
19	Roti Boy	Bandung Indah Plaza, Lt. GF # 09, Jl. Merdeka 56
20	Berkat Cake & Bakery	Jl. Batununggal Indah IV No. 1 - 3
21	Victoria Kue & Roti	Jl. Dipati Ukur No. 13
22	Almond Bakery	Jl Pasir Layung Brt I Bl A/121Pasirlayung, Cimenyan
23	Bariton Classic Cake & Bread	Jl Ciumbeuleuit 101Hegarmanah, Cidadap
24	Beccarino Bakery A-la Taiwan	Jl Jend Sudirman 229Cibadak, Astanaanyar
25	Chils Cake & Bakery	Jl Pasirkaliki 121-123 Istana Plaza LG-A3
26	D'lisen	Jl Jend Sudirman 91-BCibadak, Astanaanyar
27	Hanshen's Bakery	Jl Tmn Cibeunying Utr 12Cihapit, Bandung Wetan
28	Imelda Cake & Bakery	Jl Sukahaji 136Sukarasa, Sukasari
29	Istana Cake & Bakery	Jl Terusan Jakarta 319 Kompl Griya Bumi Antapani
30	Kalika Bakery	Kompl Taman Kopo Indah II Bl 1-B/26Margahayu Selatan, Margahayu
31	Rammona Roti	Jl Indrayasa 98 Kompl Mekar Wangi
32	Serissa Bakery	Jl Soekarno-Hatta 590 Metro Indah Mall Ruko E5-E6
33	Shanghai Bakery & Cake	Jl Kb Jati Kompl Luxor Permai 17 Kebon Jeruk, Andir
34	Soan Bakery	Jl Sindangsirna 11-AGeger Kalong, Sukasari

35	Tenzo Cake & Bakery	Jl Sulaksana 33Cicaheum, Kiaracondong
36	Tomodachi Pastry & Bakery	Jl Tmn Sakura 1Sukahaji, Babakan Ciparay
37	Tosis Bakery & Cake	Kompl Taman Kopo Indah II Bl 4-A/2 Mekarrahayu, Margaasih
38	Vitarasa Bakery	Jl Sidomukti 92Sukaluyu, Cibeunying Kaler
39	Yessyka Roti	Jl Jend Sudirman 328 Ciroyom, Andir
40	Zulfa Cake & Breads	Jl Cikutra Barat 75 Neglasari, Cibeunying Kaler
41	Bread Point	Jl. Cicendo No 12
42	Bread Corner	Jl. Dr. Djundjunan Bl A No. 3

Sumber: diolah dari berbagai sumber, 2013.

Tabel 1.3 menggambarkan banyaknya tempat wisata kuliner bagi para wisatawan yang menyukai roti dan kue. Lokasi-lokasi toko roti dan kue pun tersebar di kota Bandung. Belum lagi dari beberapa toko roti dan kue di atas yang memiliki cabang, seperti Kartika Sari, Holland Bakery, Mayasari Bakery dan masih banyak lagi. Hal itu memudahkan bagi para wisatawan untuk menemukannya. Selain daftar nama toko roti dan kue di atas, masih banyak juga potensi (UKM) toko roti dan kue yang ada di kota Bandung.

Wisata kuliner merupakan wisata yang paling disukai oleh para wisatawan, karena memiliki daya tarik untuk mencoba salah satu produk kuliner. Apalagi produk yang dihasilkan berbeda dengan produk lainnya karena terlahir dari inovasi yang unik dan menarik. Biasanya, produk yang diminati oleh wisatawan adalah produk yang dapat dikonsumsi dan dapat menambah pengalaman mereka dalam mengkonsumsi makanan khas daerah atau makanan unik yang diciptakan.

Salah satu contoh dari produk kuliner adalah donat. Donat merupakan salah satu cemilan yang enak, murah, ringan, berkualitas dan disukai oleh semua kalangan masyarakat. Subagjo (2007:88) menyebutkan bahwa “*Doughnut* (donat) adalah jenis roti yang proses masaknya dengan digoreng dan ciri khasnya bulat tengah berlubang”. Donat ini kemudian berkembang dengan inovasi bahan, penambahan *topping* dan isi untuk menarik para konsumennya.

Donat adalah salah satu produk roti. Seperti yang dikemukakan Herudiyanto (2009:37) *quick bread* merupakan roti yang dibuat dalam bentuk

singkat. Donat ini produk dari *drop batter* (adonan kental). Pada prinsipnya pembuatan donat sama dengan pembuatan roti manis, hanya berbeda pada teknik akhir pemasakan.

Banyak sekali produk donat yang dijual di pasaran. Berbagai jenis donat dijual dengan kualitas dan karakteristik yang berbeda-beda. Berikut merupakan daftar toko donat di kota Bandung.

Tabel 1.4
Daftar Toko Donat Berijin Di Kota Bandung

No	Nama Perusahaan	Alamat	Jumlah Cabang
1	Dunkin Donuts	Jln. Dalem Kaum No. 57	16
2	J.Co Donut & Coffe	Jln. Gatot Subroto No. 289	4
3	Donat Madu	Jln. Cihanjuang No. 24 Cimahi	9
4	RingO Donuts	Bandung Trade Center Jalan Dr.Djundjungan	1
5	Nico Donuts	Jln. Garuda No. 90	
6	Double Dipps Donuts & Coffee	Bandung Trade Centre, B Fl Jln. Dr. Djundjungan No. 143 – 149	1
7	Donat Bakar	Jln. Cisitu Lama No 33	

Sumber: diolah dari berbagai sumber, 2013.

Dapat dilihat pada Tabel 1.4 terdapat beberapa toko donat berijin yang ada di kota Bandung. Selain daftar perusahaan donat di atas, terdapat daftar potensi lain dari perusahaan donat di kota Bandung sebagaimana terdapat pada Tabel 1.5.

Tabel 1.5
Daftar Potensi Produsen Donat Di Kota Bandung

No	Nama	Nama Perusahaan	Alamat
1	Encang Supriadi	Syfa & Melati Donuts	Jl. Bbk. Tarogong Gg. Sindang Asih VII RT.08/04 Kel. Bbk. Tarogong Bandung

2	Suparlan	Erlanda	Jl. Elang RT.03/01 Kel. Kebon Jeruk Kec. Andir Bandung
---	----------	---------	--

Sumber: Dinas Koperasi UKM dan PERINDAG, 2013.

Tabel 1.5 menggambarkan potensi produsen donat yang ada di kota Bandung. Adanya potensi produsen donat menggambarkan bahwa banyak produsen yang memproduksi varian donat dengan berbagai kualitas yang bermutu dan inovatif. Tentu hal ini membuktikan kemajuan bahwa suatu produk donat dapat dikembangkan dengan berbagai inovasi.

Soechan (2006) menyebutkan bahwa donat dengan aroma yang harum, saat disantap terasa garing namun empuk dan tidak berminyak adalah donat yang akan selalu dicari para penggemarnya. Donat yang seperti itulah yang menjadi kategori yang dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan hal di atas maka dibutuhkan donat yang berbeda dari produk donat biasanya. Donat tersebut harus terlahir dari inovasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga memiliki daya tarik bagi konsumennya. Donat jahe adalah donat yg terlahir dari inovasi dengan penambahan bahan jahe sebagai rasa dan aromanya. Donat jahe ini diharapkan dapat berpeluang besar dalam wisata kuliner dan menjadi donat favorit.

Rasa dan aroma khas jahe memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk mencobanya. Jahe sendiri merupakan salah satu jenis rempah dan memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia. Diantaranya adalah dapat menghangatkan tubuh, mencegah mabuk perjalanan sampai mencegah kolesterol. Donat jahe ini seperti layaknya donat-donat yang dijual di pasaran.

Sasaran konsumen donat jahe adalah seluruh masyarakat berbagai kalangan dan usia. Diharapkan dari kalangan anak kecil sampai orang dewasa akan menyukai donat jahe. Karena donat jahe ini memiliki rasa yang khas serta donat yg lembut dan juga topping yang menarik. Donat jahe akan mampu bersaing dengan produk donat yang sebanding dengannya.

Donat yang baik adalah donat yang bermutu sesuai keinginan pelanggan. Mutu suatu produk dapat dinilai berdasarkan penilaian indera yang disebut juga

penilaian organoleptik atau penilaian sensori. Hal ini didukung oleh Susiwi (2009:2) yang menyebutkan bahwa penilaian dengan indera juga disebut penilaian organoleptik atau penilaian sensori merupakan suatu cara penilaian yang paling primitif. Penerapan penilaian organoleptik pada prakteknya disebut uji organoleptik yang dilakukan dengan prosedur tertentu.

Para penilai selalu menggunakan alat organ perasa dan pencitarasa (organoleptik) sebagai sensor untuk merasakan parameter-parameter mutu yang dinilai. Jenis indera manusia digunakan sebagai alat ukur dalam penilaian sifat inderawi pangan. Dari kelima indera yang sangat umum untuk penilaian penerimaan suatu makanan ialah pencicip dan penglihat kemudian disusul pembau atau peraba (Sofiah dan Achyar, 2008:15).

Sebagai contoh, menurut Sofiah dan Achyar (2008:16) apabila penilai diminta menilai suatu jenis makanan maka pertama-tama setelah makanan diterima akan segera diamati bentuk dan warnanya kemudian aroma. Pada saat makanan masuk ke mulut terjadi pengamatan inderawi berturut-turut: rasa, suhu bahan, kemudian tekstur akan teramati selama makanan tersebut dikunyah. Akhirnya mutu dari makanan tersebut dapat dievaluasi secara keseluruhan. Rahayu (1998) mengemukakan bahwa uji ini akan menghasilkan data yang penganalisisan selanjutnya menggunakan metode statistika.

Penulis tertarik meneliti tentang uraian di atas. Donat jahe inilah yang nantinya akan diuji organoleptik juga dibandingkan dengan produk kontrol yang memiliki tingkat perbandingan yang tidak jauh berbeda. Dari hasil uji hedonik, diharapkan respon yang didapat jauh lebih baik dari produk kontrol. Sehingga dapat dibuktikan bahwa inovasi donat jahe ini cukup memuaskan.

Kualitas produk donat tersebut akan diteliti berdasar teori dari Marsum (2005:159) bahwa *quality of item* (mutu makanan) yaitu memperhatikan rasa, aroma, tekstur dan penampilan.

Hal itu yang kemudian penulis teliti untuk menganalisis karakteristik kualitas produk dari donat jahe. Adapun judul penelitian yang diambil oleh peneliti adalah: **“Inovasi Produk Donat Jahe Berdasarkan Analisis Karakteristik Kualitas Produk”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana formula penggunaan air jahe sebagai substituen bahan baku dalam pembuatan donat sehingga menghasilkan produk yang baik?
2. Bagaimana studi kelayakan bisnis dari produk donat berbahan baku substituen dari air jahe ditinjau dari aspek keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam upaya mencari tahu sebab-sebab maka penulis menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perbandingan penggunaan air jahe sebagai substituen bahan baku dalam pembuatan donat sehingga menghasilkan produk yang baik.
2. Untuk mengetahui studi kelayakan bisnis dari produk donat berbahan baku dari air jahe ditinjau dari aspek keuangan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu ilmu manajemen operasional khususnya kualitas produk.
2. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu semoga penulisan ini bermanfaat bagi pengusaha dalam bidang *pastry & bakery* untuk memanfaatkan bahan baku rempah-rempah menjadi suatu inovasi produk.
3. Hasil penelitian ini diharapkan yang sebagai informasi atau acuan dan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian tentang karakteristik kualitas produk donat yang bermutu baik dan inovatif yang disukai oleh konsumen.