

B A B I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah Negara Kesatuan Republik Indonesia memberikan perhatian khusus terhadap kepariwisataan di Indonesia. Sebagaimana dikemukakan dalam penjelasan atas Undang – Undang RI no.10 tahun 2009 bahwa sumber daya alam dan budaya perlu dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dan mendorong pembangunan daerah.

Manila Declaration on World Tourism pada tahun 1980 menyebutkan bahwa pariwisata merupakan aktivitas yang sangat essensial bagi kehidupan suatu negara dikarenakan terdapat kontribusi langsung terhadap hubungan internasional dari segi aspek sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi negara tersebut.

Sektor pariwisata menjadi sangat penting dan vital bagi banyak negara, dikarenakan dapat menciptakan lapangan kerja dalam berbagai bidang. Sebagaimana dijelaskan dalam Undang – Undang RI no.10 tahun 2009 bahwa usaha pariwisata meliputi daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi, jasa perjalanan, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, hiburan dan rekreasi, *MICE*, jasa informasi, jasa konsultan, jasa pramuwisata, wisata tirta dan spa.

peluncuran program *Visit Indonesia* menunjukkan keseriusan pemerintahan Indonesia untuk mengembangkan sektor pariwisata. Kecenderungan perkembangan kepariwisataan dunia dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, sehingga diharapkan pariwisata di Indonesia menjadi penghasil devisa negara yang diunggulkan.

Kota Bandung merupakan daerah dengan akses transportasi yang luas, ditinjau dari adanya jalur tol Jakarta – Bandung, bertambahnya jalur penerbangan domestik dan internasional menuju Bandung, serta meningkatnya kualitas pelayanan jalur kereta api.

KotaBandung pun menjadi kawasan ekonomi produktif. Data makro kota Bandung (BPS, 2012) menunjukkan perekonomian daerah atau *product domestic regional bruto* (PDRB) yang tertinggi dicapai dari sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebesar 46,3 triliun rupiah.

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2010 – 2012

Tahun	Proyeksi Penduduk	Laki-Laki	Perempuan	Pertumbuhan (%)
2010	2.394.873	1.215.348	1.179.525	-
2011	2.424.957	1.230.615	1.194.342	1,24
2012	2.455.517	1.246.122	1.209.395	1,24

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2013, data diolah

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penduduk kota Bandung terus meningkat setiap tahunnya. Rata – rata pertumbuhan selama tiga tahun terakhir adalah sebesar 1,24% atau pertumbuhan sebanyak 30.322 penduduk per tahun. *Sex ratio* pada tahun 2012 adalah sebesar 1,03 atau dari 100 perempuan terdapat 103 laki – laki.

Industri jasa makanan dan minuman merupakan bidang usaha yang mendapat perhatian yang besar oleh pengusaha dan pelaku bisnis. Dilihat dari banyak bermunculan bisnis jasa makanan dan minuman yang menawarkan beraneka ragam menu makanan dan minuman. Industri jasa makanan dan minuman tumbuh mulai dari skala warung pinggir jalan hingga ke skala gedung bertingkat dengan tujuan yang sama yaitu memenuhi selera dan permintaan konsumen

Sebagaimana disebutkan dalam penjelasan atas Undang – Undang RI no.10 tahun 2009 bahwa industri jasa makanan dan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan yang dapat berupa restoran, kafe, jasa boga, dan kedai minum.

Industri minuman di Indonesia tumbuh secara signifikan dengan indikator banyaknya produk minuman yang ditawarkan, namun kehadirannya tidak terlalu mendapat perhatian publik yang besar seperti halnya industri makanan. Media informasi lebih banyak mengupas tentang industri makanan dibandingkan industri minuman seolah-olah industri minuman tidak terlalu berperan penting di dalam dunia kuliner. Padahal jika dilihat dari segi kebutuhan biologisnya manusia lebih membutuhkan banyak minuman dibandingkan makanan.

Undang – Undang RI no.18 tahun 2012 menjelaskan bahwa pangan adalah sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia. Undang – undang tersebut juga menjelaskan bahwa produksi pangan adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas, mengemas kembali, dan atau mengubah bentuk pangan.

Selanjutnya PerMen Industri no.75 tahun 2010 menjelaskan bahwa industri pengolahan pangan adalah perusahaan yang memproduksi makanan atau minuman hasil pengolahan dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan.

Produk minuman yang dihasilkan dari industri pengolahan pangan diantaranya minuman yang dikemas dalam wadah khusus yang dapat menjaga kesegaran isinya, dalam dunia industri produk ini disebut RTD (*ready to drink*) atau dalam bahasa Indonesia disebut Minuman Dalam Kemasan (MDK). Sebagian besar industri jasa makanan dan minuman mengandalkan produk MDK sebagai menu minuman yang ditawarkan dengan alasan cepat disajikan dan kualitas minuman tetap sama pada setiap unit produk.

Tabel 1.2
Jenis Produk MDK dan Jumlah Volume Penjualan Tahun 2010

No.	Jenis MDK	Deskripsi	Penjualan (dalam juta liter)
1	Air Minum	Air putih mineral dan non mineral	13.771
2	Teh	Minuman seduhan daun teh atau herbal	1.177
3	Konsentrat	Estrak minuman berbentuk padat / cair	108
4	Susu	Minuman berbahan susu sapi	93
5	Energi	Minuman konsentrat vitamin dan taurin	90
6	Soda	Minuman bekarbonasi	80
7	Perasa buah	Minuman dengan perasa sintesis	79
8	Jus	Sari buah dan sayuran	76
9	Isotonik	Minuman pendamping olahraga	72
10	Kopi	Minuman seduhan biji kopi	71

Sumber : Asosiasi Pengusaha Minuman Ringan Indonesia (ASRIM) 2011, data diolah

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa produk MDK air minum menduduki peringkat pertama dikarenakan air minum merupakan minuman pokok masyarakat Indonesia, kemudian disusul oleh produk MDK teh pada peringkat kedua. Produk MDK teh merupakan jenis minuman dalam kemasan yang paling digemari oleh kebanyakan masyarakat Indonesia setelah produk MDK air minum karena budaya minum teh sudah menjadi tradisi bangsa Indonesia. Produk MDK soda menduduki peringkat ke enam dikarenakan sentimen bahwa minuman soda dianggap tidak menyehatkan, dan produk MDK jus buah dan sayuran menduduki peringkat ke delapan dikarenakan sentimen bahwa walaupun minuman jus buah dan sayuran dianggap menyehatkan tetapi harga per unitnya lebih tinggi daripada produk MDK lainnya.

Produk MDK teh adalah minuman yang populer tidak hanya di Indonesia namun meluas ke seluruh dunia, dikarenakan minuman teh merupakan minuman yang dikenal sejak zaman kerajaan China sebelum masehi. Meminum teh telah menjadi budaya di banyak negara di dunia termasuk di Indonesia. Orang Indonesia gemar meminum teh pada situasi apapun seperti waktu istirahat bekerja, waktu santai, disaat haus, dan waktu makan. Tidak ada kondisi khusus atau

Sigma Adi Setyo, 2014

Analisis Perbandingan Pruduk Minuman Dalam Kemasan Teh Hitam Melati
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ritual khusus untuk meminum teh seperti budaya meminum teh di negara lainnya. Produk MDK teh menjadi pilihan utama konsumen teh dikarenakan produk MDK teh tidak lagi memerlukan waktu untuk proses penyeduhan karena proses tersebut sudah dilakukan oleh pihak industri, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama untuk meminum teh (Ajisaka, 2012:107).

Tabel 1.3

Market Share Produk MDK Teh Sesuai Jenis Rasa Tahun 2006 – 2010 dalam persen

Rasa	Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
Teh hitam melati	85,5	86,7	85,5	84,3	84,0
Teh hijau	6,8	5,7	6,4	7,0	7,3
Teh hijau less sugar	0,4	1,0	1,1	1,2	1,3
Teh hitam apel	1,2	1,0	1,1	1,1	1,1
Teh hitam lemon	0,9	0,7	0,7	0,7	0,9
Teh hijau madu	0,5	0,5	0,6	0,7	0,8
Krisantemum	0,7	0,4	0,4	0,3	0,2
Lain lain	4,0	4,0	4,2	4,7	4,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Euromonitor Research 2012

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa dari tujuh rasa produk MDK teh, terdapat peningkatan *market share* pada teh hijau *less sugar* dan teh hijau madu. Peningkatan juga terjadi pada teh hijau dengan gula dan teh hitam lemon tetapi mengalami penurunan pada tahun tertentu. *Market share* teh hitam apel menurun pada tahun 2007 tetapi dapat bangkit kembali pada tahun berikutnya dan angkanya bertahan sampai tahun 2010. Tingkat *market share* yang terus menurun setiap tahunnya terjadi pada teh hitam melati dan krisantemum.

Industri jasa makanan dan minuman umumnya menggunakan produk MDK sebagai minuman yang ditawarkan pada menu, walaupun pada beberapa industri menawarkan produk *home made* sebagai minuman unggulan pada menu. Penggunaan produk MDK dinilai lebih efisien dalam operasional penyajian dan dapat memangkas alur proses produksi minuman pada perusahaan jasa makanan dan minuman.

Pra penelitian dilakukan terhadap 100 sampel untuk mengetahui jenis minuman favorit diberikan 11 opsi berdasarkan pembagian jenis minuman menurut *Codex Alimentarius General Standard 192-1995*, berikut dijabarkan dalam tabel.

Tabel 1.4
Jenis Minuman Favorit

No.	Jenis Minuman	Skor	Persentasi (%)
1	Jus Buah dan Sayuran	1.050	15,91
2	Susu	850	12,88
3	Air Minum	750	11,36
4	Minuman Soda	650	9,85
5	Minuman non Soda	500	7,58
6	Syrup dan Konsentrat	200	3,03
7	Kopi	500	7,58
8	Teh	600	9,09
9	Minuman Herbal	400	6,06
10	Sereal	500	7,58
11	Minuman Coklat	600	9,09
Total		6.600	100

Sumber : Pra Penelitian 2013

Tabel jenis minuman favorit menunjukkan bahwa minuman yang paling favorit adalah jus buah dan sayuran dengan skor 1050 atau 15,91% dari total keseluruhan. Peringkat kedua adalah susu dengan skor 850 atau 12,88% dari total keseluruhan, dilanjutkan dengan air minum dengan skor 750 atau 11,36% dari total keseluruhan. Sedangkan jenis minuman yang lainnya berada pada skor dibawah 660 atau dibawah 10% dari jumlah keseluruhan.

Sigma Adi Setyo, 2014

Analisis Perbandingan Pruduk Minuman Dalam Kemasan Teh Hitam Melati
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis minuman yang paling favorit adalah jus buah dan sayuran, susu dan air minum, sedangkan jenis minuman lainnya dapat disimpulkan sebagai minuman yang kurang favorit. Dari seluruh penjelasan yang diuraikan pada latar belakang masalah, penulis tertarik untuk membuat penelitian dan karya tulis dengan judul:

**” ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK
MINUMAN DALAM KEMASAN TEH HITAM MELATI**

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan yang tinggi dalam industri produk MDK teh ditandai dengan bermunculan merek - merek baru yang menawarkan keunggulannya masing-masing produknya. Untuk menguasai *market share*, produsen berlomba – lomba memproduksi produk MDK teh dengan rentang varian yang lebar, element yang terdapat pada varian tersebut antara lain dari segi jenis teh, rasa, warna, aroma, volume isi, kemasan, dan desain. Dilakukan pula berbagai upaya-upaya yang kreatif dan inovatif membentuk produk yang lebih sempurna dan diharapkan dapat meningkatkan penilaian positif konsumen terhadap produk MDK teh Dengan strategi seperti ini diharapkan produk teh siap minum yang diciptakan dapat memenuhi seluruh harapan kosumen terhadap produk MDK teh.

Rumusan masalah yang menjadi perhatian dan bermaksud untuk dijadikan bahan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat perbedaan dari lima produk yang diuji yaitu Sosro Reguler, Sosro Less Surgar, Teh Kotak, Frestea dan Pucuk Harum.
2. Bagaimana penilaian perbandingan dari masing – masing produk yang diuji.
3. Bagaimana pemetaan atau *bench marking* dari masing – masing produk yang diuji.

Penelitian ini dilakukan sebagai usaha untuk meneliti masing-masing produk MDK teh hitam melati dari segi atribut produk dengan cara menguji produk - produk tersebut kepada para konsumen, memberikan tes singkat pengetahuan konsumen terhadap teh, mencari gambaran tentang minuman yang dicari konsumen, seberapa besar minat konsumen untuk memilih

Sigma Adi Setyo, 2014

Analisis Perbandingan Pruduk Minuman Dalam Kemasan Teh Hitam Melati
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

produk MDK teh hitam melati. Mencari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap penilaian produk MDK teh hitam melati. Serta menguji apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap produk yang dipisah atributnya dan produk yang lengkap atributnya dan bagaimana pertimbangan konsumen mengenai konsep atribut produk MDK teh hitam melati yang ideal.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dilaksanakan untuk mengumpulkan data sebagai bahan analisis penelitian, sehingga didapat fakta-fakta untuk menarik kesimpulan dan generalisasi serta membuktikan hipotesis. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara produk dan karakter konsumen terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian dapat dirinci sebagai berikut:

1. Menganalisis perbedaan dari lima produk yang diuji yaitu Sosro Reguler, Sosro Less Surgar, Teh Kotak, Frestea dan Pucuk Harum.
2. Menganalisis penilaian perbandingan dari masing – masing produk yang diuji.
3. Menganalisis pemetaan atau *bench marking* dari masing – masing produk yang diuji.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan untuk mengaplikasikan seluruh bidang keilmuan yang dipelajari dalam perkuliahan kepada suatu permasalahan di lapangan sehingga diharapkan dapat memberikan dan solusi kontribusi yang optimal. Kegunaan penelitian ini dapat pula dijabarkan menjadi dua jenis kegunaan yaitu kegunaan akademis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan akademis

Proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi keilmuan khususnya di bidang ilmu pariwisata dan membantu mahasiswa lainnya dalam pembelajaran tentang perbedaan produk – produk minuman yang diproduksi industri jasa boga sebagai menu yang ditawarkan sebagai pendamping menu kuliner.

2. Kegunaan Praktis

Proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi industri jasa boga, sebagai bahan rekomendasi dalam menerapkan strategi produksi, distribusi dan pemasaran produk makanan dan minuman dari sudut pandang permintaan konsumen.