

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata kini telah menjadi kebutuhan esensial pada setiap individu. Adanya kesempatan tersebut, maka pariwisata di Indonesia merupakan suatu industri yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih besar dengan memanfaatkan sumber dayanya, di mana hal tersebut dapat dijadikan alasan bagi wisatawan, baik local maupun mancanegara, agar berkunjung ke berbagai destinasi yang tersedia.

Beragam upaya dikerahkan untuk dapat unggul dalam sektor pariwisata. Berbagai kota di Indonesia bersaing dalam menunjukkan dan memperlihatkan visual kota masing-masing dengan mengekspos keistimewaan ragam budaya yang dimiliki, salah satunya dengan cara mengenalkan sisi lain melalui makanan lokal atau makanan khas dari setiap pelosok daerah dan menjadi peluang untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata di samping banyaknya wisata alam yang tersimpan. Bergabungnya industri kuliner menjadi bagian pada pengembangan pariwisata di Indonesia merupakan suatu bentuk kesadaran dari pemerintah bahwa terdapat potensi besar didalamnya, karena adanya aneka makanan tradisional di Indonesia yang menjadi bukti bahwa Indonesia kaya akan keragaman lokal (Setiawan, 2016)

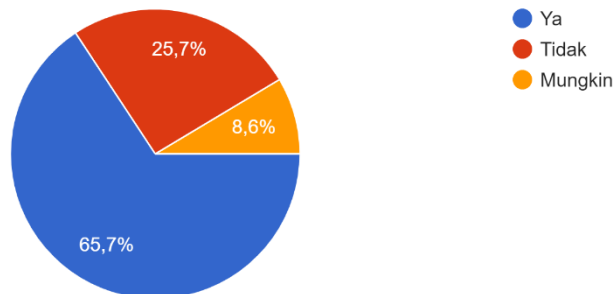
Keberanekaragaman tersebut dapat tertuang melalui wisata gastronomi, merupakan suatu kegiatan dalam berwisata yang berfokus pada kuliner secara mendetail yang fokus membahas mengenai seni dan ilmu, bahkan etnis, ras, bangsa, kelompok, kepercayaan, gender, serta apresiasi budaya dan mempelajari tata etika dalam menyantap makanan dan minuman secara lebih jelasnya untuk digunakan pada aneka macam kondisi dan situasi. Melalui wisata gastronomi, kuliner yang merupakan proses kecil pada wisata gastronomi, dapat diekspos lebih mendalam dan sehingga dapat menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan serta motivasi untuk melakukan wisata (Soeroso & Turgarini, 2020)

Selain untuk menikmati makanan, kuliner juga sering diburu oleh wisatawan sebagai bentuk kenangan yang dapat dibawa pulang ke rumah dan menjadi sebuah kebanggaan bahwa pernah mengunjungi daerah wisata tersebut atau sering didefinisikan dengan oleh-oleh atau cinderamata. Oleh-oleh kuliner biasanya otentik dan mencirikan akan suatu kekayaan yang dimiliki oleh destinasi tersebut. Sehingga, hal tersebut merupakan peluang bagi pelaku usaha khususnya pada bidang kuliner untuk memanfaatkan produk mereka agar memiliki nilai jual bagi wisatawan. Terdapat berbagai macam olahan kuliner yang dapat dijadikan sebagai cinderamata, salah satu bentuknya yang sering terdapat pada pasaran berupa keripik. Keripik atau kripik dapat dikategorikan sebagai makanan ringan dengan rupa irisan tipis dari buah-buahan, umbi-umbian, atau sayuran yang digoreng dengan minyak nabati (Jamaluddin:2018)

Bekasi termasuk dalam kota megapolitan JABODETABEK yang terdapat di Provinsi Jawa Barat. Sebagai salah satu tujuan pariwisata yang sering dikunjungi wisatawan lokal dari daerah terdekat, Kota Bekasi didukung dengan adanya beragam fasilitas serta layanan yang disediakan untuk pengusaha, masyarakat, dan Pemerintah daerah, contohnya seperti wisata *M.I.C.E* “*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibiton*”, kuliner, olahraga, edukasi, belanja, sejarah, budaya dan wisata ke berbagai hiburan lainnya. (Denny Faedhurrehman:2019)

Berdasarkan demografi, penduduk asli Kota Bekasi merupakan bauran dari berbagai suku, salah satu yang menjadi mayoritas adalah suku Betawi. Sehingga terdapat banyak kesamaan baik adat dan budaya dengan ibu kota negara dibandingkan dengan kota kembang, termasuk dalam kulinernya (Abstrak et al., 2018)

Apakah anda tahu bahwa mayoritas warga Kota Bekasi merupakan suku betawi?
35 tanggapan



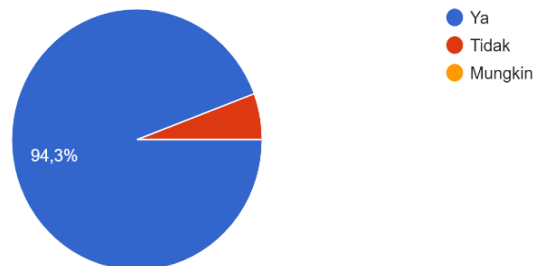
Gambar 1.1 Diagram Mayoritas Warga Kota Bekasi

Sumber: Data peneliti,,2020

Pernyataan tersebut diperkuat dengan adanya respon dari 35 panelis yang mengetahui informasi mengenai penduduk warga Kota Bekasi dengan 65,7% menyetujui bahwa mayoritas penduduk warga Kota Bekasi merupakan suku Betawi. Saputra mengatakan dalam buku *Kuliner Betawi* (2016, hal.23) bahwa suku Betawi yang lekat sebagai penduduk asli ibukota Jakarta, kini populasinya berkurang dan telah menyebar di 3 provinsi, salah satunya Kota dan Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

Kuliner dari suku Betawi identik dengan cita rasa yang gurih. Salah satu kuliner yang menjadi ikon dan merepresentasikan suku Betawi adalah Kerak telur.

Apakah anda tahu bahwa kerak telur merupakan kuliner khas suku betawi?
35 tanggapan



Gambar 1.2 Diagram Pengetahuan Mengenai Kerak Telor Kuliner Khas Suku Betawi

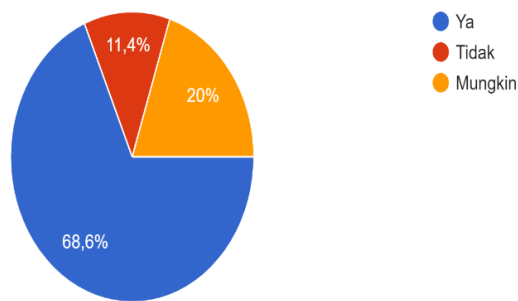
Sumber: Data peneliti, 2020

Kerak Telor, bagi warga Betawi merupakan jajanan atau lebih dikenal dengan istilah makanan ringan yang dapat disantap saat rehat. Terbuat dari ketan, kelapa, udang kering, garam, merica, dan bahan yang tidak kalah penting, yaitu telur, memiliki metode memasak yang cukup unik. Sebagai suatu hidangan yang sudah ada sejak zaman Belanda, kerak telur memiliki nilai akan budaya yang tinggi, sehingga menu ini termasuk dalam gastronomi. Gastronomi merupakan ilmu yang mempelajari makanan secara menyeluruh.

Semakin hari, kini kerak telur sulit ditemukan, dan terkadang hanya tersedia pada saat acara-acara kebudayaan saja. Beberapa hipotesis peneliti dalam sulitnya ditemukan keberadaan kuliner khas satu ini bisa jadi karena peminatnya yang mulai menurun, harga yang mahal, atau ketergerusan oleh zaman.

Apakah kerak telur kini sulit ditemui?

35 tanggapan

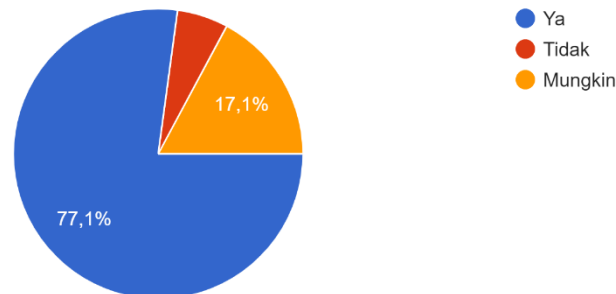


Gambar 1.3 Diagram Respon Kerak Telor Sulit Ditemui

Sumber: Data peneliti, 2020

Salah satu cara agar dapat mempertahankan eksistensi kerak telur bisa dengan inovasi dan juga menjadi upaya untuk meningkatkan pembelian. (Setiawan, 2016)

Apakah kerak telur perlu inovasi untuk mempertahankan eksistensinya?
35 tanggapan



Gambar 1.4 Diagram Respon Inovasi untuk Kerak Telor

Sumber: Data peneliti

Pada visi Dinas Priwisata dan Budaya Bekasi, memiliki harapan “Terwujudnya Masyarakat Kota Bekasi yang Berbudaya, Kreatif dan Inovatif”. Kreatif ialah bagaimana benda atau hal yang sebelumnya belum ada untuk dipergunakan dan inovatif adalah bagaimana melakukan dan memikirkan sesuatu yang baru dan dapat menambah atau menciptakan nilai-nilai manfaat, baik secara sosial maupun ekonomis. (Disparbud Bekasi)

Visi tersebut sesuai dengan pernyataan Bartono dan Ruffino dalam mengartikan kreasi dan inovasi. Bartono & Ruffino menyatakan bahwa kreasi dan inovasi merupakan hal yang tidak lepas dari kegiatan dapur. Kreasi merupakan pemanfaatan nilai keindahan pada makanan dan resep baru, sementara itu inovasi memiliki arti yang cakupannya lebih luas dari kreasi karena tidak terbatas oleh suatu resep. Inovasi merupakan aktivitas seseorang atau kelompok dalam melakukan pembuatan produk-produk baru (Rosmawati, 2020)

Inovasi produk merupakan suatu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi dalam menentukan kinerja organisasi (Hurley & Hult, 1998). Inovasi dapat diartikan sebagai kegiatan dalam memulai atau memperkenalkan sesuatu

yang baru. Kebanyakan peneliti sepakat atas definisi inovasi yang mencakup hasil produk dan proses baru.

Adanya potensi di atas mengenai Kota Bekasi yang sering dikunjungi sebagai daerah MICE dan kesamaan kuliner dengan suku Betawi, maka peneliti tertarik untuk membahas tema dengan tema inovasi produk sebagai bentuk representasi wajah Kota Bekasi akan pariwisata berbasis bidang kuliner dengan judul “**Keripik Kerak Telor Sebagai Inovasi Produk Kota Bekasi**”. Pemilihan keripik sebagai bentuk inovasi dari kerak telur terinspirasi dari wujud rendang talua yang merupakan oleh-oleh khas Pulau Sumatera. Selain itu, peneliti sering mengamati bahwa disetiap toko oleh-oleh, terdapat keripik.

Penelitian ini berdasarkan *grand theory* inovasi produk dengan pendekatan uji organoleptic yang didasarkan pada proses pengindraan. Pengindraan merupakan suatu proses fisio-psikologis, dengan menggabungkan antara kesadaran atau pengenalan alat indra terhadap sifat-sifat benda karena adanya rangsangan yang diterima alat indra yang berasal dari benda tersebut.(UMS:2013)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti merumuskan:

1. Bagaimana komponen gastronomi yang terdapat pada kerak telur?
2. Bagaimana formula standar resep keripik kerak telur?
3. Bagaimana desain kemasan dari produk keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi?
4. Bagaimana perhitungan harga jual dari produk keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi?
6. Bagaimana daya terima konsumen terhadap keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui komponen gastronomi yang terdapat pada kerak telur
2. Mengetahui formula standar resep keripik kerak telur
3. Mengetahui desain kemasan dari produk keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi
4. Mengetahui harga jual dari produk keripik kerak telur sebagai oleh-oleh Kota Bekasi
5. Mengetahui strategi pemasaran dari produk keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi
6. Mengetahui daya terima konsumen terhadap keripik kerak telur sebagai inovasi produk Kota Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini dilakukan sebagai wujud pengaplikasian materi yang telah di dapat selama masa kuliah
2. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan akademis kepada mahasiswa tentang seberapa inovasi produk dapat menjadi daya tarik produk untuk membeli
3. Bagi Masyarakat
Hasil penelitian ini dapat membantu menambah wawasan sekaligus kesempatan untuk menjual produk yang bisa dijadikan penghasilan