

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Wisata kuliner di Indonesia sangat berkembang, menurut Ketua Akademi Gastronomi Indonesia (AGI) wisata budaya memberi kontribusi 60% terhadap industri pariwisata sedangkan sekitar 45% di antaranya merupakan wisata kuliner dan belanja. Berdasarkan produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif, 32,5% dari Rp. 641 triliun atau sekitar Rp. 208,32 triliun di antaranya merupakan sumbangan kuliner dan 28% lagi (Rp179,5 triliun) dari *fashion*.

Hal tersebut terbukti dengan makin banyaknya event kuliner, bahkan sejumlah daerah berlomba menggelar festival kuliner yang memacu potensi wisata kuliner daerah mereka masing-masing. Melihat fenomena ini Kementerian Pariwisata mengambil tindakan untuk mengembangkan wisata kuliner dengan ditetapkannya lima kota sebagai kota wisata kuliner yaitu Semarang, Bandung, Yogyakarta, Solo dan Bali.

Keberagaman kuliner Indonesia memiliki keunikannya masing-masing. Keunikan dapat muncul dari segi rasa, penyajian, bahan makanan yang dipakai, cara pembuatan dan sejarah dari makanan itu sendiri. Dari situlah muncul keinginan untuk mencoba setiap makanan yang berbeda dari yang sudah sehari-hari kita jumpai. Mencari hal baru lewat kuliner khas yang ada di daerah tertentu. Kegiatan tersebut bisa disebut dengan wisata kuliner.

Setelah mencicipi makanan khas timbul keinginan untuk membeli makanan tersebut sebagai oleh-oleh. Tidak semua makanan dapat dibawa sebagai oleh-oleh dan faktor utamanya adalah keawetan produk makanan. Bisa karena tekstur maupun bentuk atau juga rasa yang mudah basi. Dari permasalahan ini munculah inovasi pada produk makanan agar lebih awet dan bisa dibawa sebagai buah tangan.

Contoh permasalahan tersebut juga menjadi asal mula munculnya tepung tempe kemul instan. Sajian khas Kabupaten Wonosobo ini memang nikmat disajikan hangat. Teksturnya akan berubah lembek jika dibiarkan terlalu lama meskipun rasa dari tempe kemul tidak mudah basi. Selain itu salah satu bahan untuk membuat tempe kemul yaitu kucai susah ditemukan diluar Wonosobo.

Ide kreatif ini bisa menjadi solusi untuk wisatawan yang ingin membawa tempe kemul ini sebagai oleh-oleh setelah berwisata ke Wonosobo. Wisatawan bisa memasak tempe kemul ini dirumah tanpa khawatir tidak menemukan bahan dan cita rasa yang sama. Namun sayangnya produk yang bisa menjadi salah satu oleh-oleh unggulan Kabupaten Wonosobo ini belum banyak diketahui wisatawan dan masih kalah populer dengan produk oleh-oleh lainnya.

Dari permasalahan tersebut penulis ingin menganalisis seperti apa strategi pengelolaan yang sudah dilakukan dan diharapkan dapat memberikan saran untuk pengelolaan baik dalam produksi, pengembangan dan pemasaran dari produk tepung tempe kemul instan sehingga dapat diketahui masyarakat secara luas terutama wisatawan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan:

1. Bagaimana pemasaran produk tepung Tempe Kemul instan sebagai oleh-oleh khas Wonosobo?
2. Bagaimana pengelolaan produk Tepung Tempe kemul instan sebagai oleh-oleh khas Wonosobo?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui strategi pemasaran produk tepung tempe kemul instan sebagai oleh-oleh khas Wonosobo.
2. Mengetahui strategi pengelolaan produk tempe kemul instan sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Wonosobo.

## **D. BATASAN MASALAH**

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Profil produsen tepung tempe kemul instan.
2. Ide dan alasan pembuatan produk tepung tempe kemul instan.
3. Strategi pengelolaan oleh produsen saat ini yang meliputi produksi, pengembangan dan pemasaran.

## **E. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu pariwisata dan menambah kajian ilmu pariwisata khususnya ilmu tentang strategi pengelolaan produk makanan khas sebagai oleh-oleh di suatu daerah.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Manfaat bagi penulis**

Menambah wawasan, pengetahuan, membantu membangun kerangk berpikir di lapangan dan dapat berperan serta sebagai pelaku pariwisata dengan mengaplikasikan disiplin ilmu yang diperoleh dan menjadi insan pariwisata yang kontributif.

#### **b. Manfaat bagi produsen tepung tempe kemul instan**

Memberikan referensi dalam pelaksanaan pengelolaan produk tepung tepung tempe kemul instan sebagai salah satu oleh-oleh kuliner khas

Kabupaten Wonosobo.