



# Imajalah ilmiah ILMU dan WISATA UNIVERSITAS SAHID

ISSN : 0854 - 0241

Edisi No. 08 / Januari 1995

## DAFTAR ISI

Pengarahan DR. H. Sukamdani S. Gitosardjono .....	1
Menjawab Tantangan Masa Depan dengan Mengembangkan Profesi .....	12
Peran Fakultas Teknik Universitas Sahid dalam Usaha Pariwisata dan Perhotelan .....	17
Penentuan Prioritas bagi Pengembangan Jenis Wisata .....	19
Maksimisasi Penawaran Hotel untuk Keperluan Biro Perjalanan .....	31
✓ Konsumen dan Pengembangan Produk Pangan .....	38
Karakteristik dan Cara Pembuatan Keju .....	45
Sedikit Tentang Pendekatan Promosional dalam Kegiatan "Public Relation" (Humas) .....	56
Hutan Kota sebagai Alternatif Pengendalian Iklim di DKI Jakarta .....	60



Majalah Ilmiah

## ILMU dan WISATA

Diterbitkan oleh Pusat Penelitian Pariwisata Indonesia

Universitas Sahid - Jakarta

Izin Terbit : STT No. 092/SK/PEG/92

Pembina	: Rektor USAHID Para Pembantu Rektor USAHID
Ketua Pengarah/Penyunting	: Prof. Dr. Sudibyo Setyobroto
Sekretaris Penyunting	: Dra. Sumiyati
Dewan Penyunting	: 1. Drs. Ton Kertapati 2. Ir. A. Asikin S. Djanegara 3. Wahyu Sukotjo, SE, MA
Staf Penyunting	: Ir. Kholil Dra. Manik Sunuantari
Sirkulasi/Tata Usaha	: Dra. Sumiyati Zulkili
Alamat Redaksi & TU	: Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat USAHID Jl. Prof. Supomo No. 84 Tebet Jakarta Selatan
Harga per eksemplar	: Rp. 3.000,-

Dibayar dimuka untuk 3 (tiga) edisi (Rp.9.000,-) melalui wesel pos ke Bagian TU  
Majalah ilmiah ILMU dan WISATA.

Redaksi menerima tulisan, naskah minimal 10 halaman dan maksimal 15 halaman diketik dalam spasi rangkap. Tulisan/naskah dilengkapi dengan daftar pustaka. Redaksi berhak memperbaiki bahasa maupun teknis penulisan tanpa mengubah maksud tulisan dan materi yang dibahas. Tulisan yang dimuat akan diberi imbalan sepiantasnya, dan yang tidak dimuat akan dikembalikan bila disertai perangkat secukupnya.

## KONSUMEN DAN PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN

Oleh: Dr. Ir. Hari Eko Irianto, Dipl. Tech.<sup>\*)</sup>

### I. PENDAHULUAN

Pengembangan produk merupakan salah satu kunci dari suatu perusahaan atau industri untuk tetap bertahan, khususnya di dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin ketat. Dengan adanya pengembangan produk diharapkan perusahaan akan mampu menarik konsumen membeli atau mengkonsumsi produk yang dihasilkan. Pada masa yang akan datang, terutama setelah kesepakatan GATT diterapkan, persaingan produk untuk menggaet konsumen dipasaran akan sangat ketat, karena persaingan tidak hanya dengan produk lokal, tetapi juga dengan produk-produk dari luar negeri yang akan dengan bebas memasuki pasaran Indonesia.

Dengan demikian untuk mengantisipasi hal tersebut, pengembangan produk pangan harus benar-benar diarahkan untuk mempertahankan konsumen dan merebut konsumen baru dengan menghasilkan produk yang mempunyai keunggulan komparatif dari segi mutu, harga dan teknologi. Ukuran keberhasilan pengembangan produk pangan oleh suatu perusahaan ditentukan oleh tingkat keberhasilan produk yang dihasilkan untuk sampai ke tangan konsumen. Bila melihat kenyataan ini berarti bahwa perusahaan tidak dapat semena-mena memproduksi produk yang hanya mengikuti selera

pengusaha atau pengelola perusahaan saja, tetapi selera konsumen harus dijadikan pertimbangan utama. Dengan demikian keterpaduan antara selera konsumen dan kemampuan perusahaan pangan dalam memproduksinya harus diperhatikan, terutama kemampuan dalam manajemen dan kemampuan dalam penguasaan teknologi, baik teknologi pengolahan maupun peralatan.

### II. SELERA KONSUMEN

Pada kenyataannya selera konsumen sangat dinamis, yaitu dari waktu ke waktu selalu berubah dengan kecenderungan menuju ke tuntutan yang lebih tinggi. Sehingga perusahaanpun harus berpacu untuk mengikuti perubahan yang dinamis tersebut supaya produknya tidak ditinggalkan oleh konsumen. *Bila memungkinkan, kemampuan mengantisipasi keinginan konsumen untuk jangka pendek atau panjang harus dapat dikembangkan oleh perusahaan.* Untuk hal ini diperlukan keahlian khusus yang selayaknya dimiliki oleh staf di bidang Penelitian dan Pengembangan Produk (R&D).

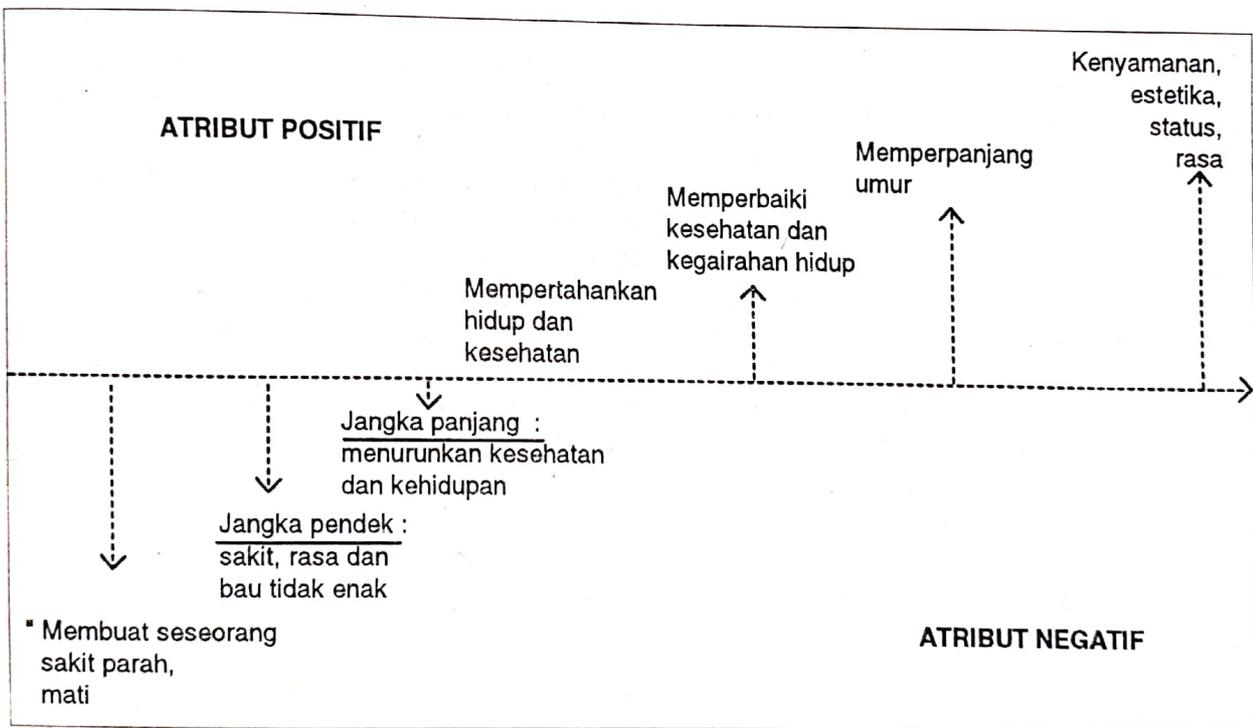
Beberapa aspek yang dapat dipakai untuk menduga keinginan konsumen masa kini dan akan datang, diantaranya adalah perubahan **gaya hidup, tuntutan mutu**

*\*) Peneliti Pasca Panen, Balai Penelitian Laut Slipi, Badan Litbang Pertanian, Departemen Pertanian*

produk, keamanan produk, pengaruh produk terhadap kesehatan dan perlunya produk siap konsumsi (Harvey, 1990, Wheelock, 1992, Senauer, 1992).

Selain itu Senauer (1992) memberikan hal-hal yang positif maupun negatif yang biasanya dipakai oleh konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk mengkonsumsi produk pangan yang juga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan di dalam pengembangan produk pangan di perusahaan, seperti yang terlihat pada Gambar 1.

Keberhasilan pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan atau pendapatan rata-rata bangsa Indonesia telah dapat dirasakan saat ini. Efek dari peningkatan pendapatan ini, selain menyebabkan masyarakat menjadi lebih konsumtif, juga mengakibatkan semakin tingginya tuntutan terhadap produk pangan yang akan dikonsumsi. Sebagai contoh, konsumen yang dulunya biasa beli kue yang cukup dibungkus dengan kertas atau daun,



Gambar 1 Atribut Positif dan negatif yang diakibatkan oleh konsumsi produk pangan

III. GAYA HIDUP

Tingkat pendapatan, pendidikan, kemajuan teknologi komunikasi dan perhubungan telah terbukti dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang (Harvey, 1990).

sekarang kalau tidak dibungkus dalam kemasan yang baik enggan untuk membelinya. Hal ini dapat terjadi karena adanya pertimbangan gengsi dan keamanan di dalam mengkonsumsi.

Pendidikan telah terbukti dapat menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap gaya hidup seseorang. Pendidikan dapat ditempuh melalui jalur formal atau non-formal. Dalam hubungannya dengan produk pangan, pendidikan akan dapat membawa konsumen untuk lebih mengetahui arti pangan bila masuk ke dalam tubuh. Pangan dapat mempengaruhi kesehatan (daya tahan tubuh terhadap penyakit), pertumbuhan anak, perkembangan otak dan lain-lain. Selain itu, melalui pangan kadang-kadang penyakit dapat berasal, karena bahan-bahan berbahaya dan bakteri dapat masuk ke dalam tubuh melalui makanan. Sebagai contoh, logam berat, seperti merkuri juga dapat masuk ke dalam tubuh melalui makanan, terutama makanan yang berasal dari laut, seperti kerang. Sejarah telah mencatat kejadian keracunan merkuri yang sangat memilukan di Jepang akibat mengkonsumsi ikan laut yang berasal dari perairan yang telah tercemar berat oleh merkuri, dan kejadian tersebut dikenal dengan peristiwa *minamata*. Dengan adanya pengetahuan tersebut, sikap dan cara pandang konsumen terhadap pangan dapat berubah. Sehingga pada akhirnya tidak akan dikenal lagi pemahaman tentang arti pangan yang sempit, yaitu hanya untuk penawar lapar saja, tetapi berubah menjadi pengertian yang lebih luas, yaitu terutama yang berhubungan dengan manfaat dan bahaya dari pangan.

Kemajuan teknologi komunikasi pada akhir-akhir ini dapat menjadikan penyebab perubahan gaya hidup konsumen yang efektif. Sarana komunikasi tersebut dapat dalam bentuk media cetak, baik yang ilmiah maupun populer, dan media elektronik (radio, film dan TV). Pesan-pesan yang

disampaikan melalui sarana tersebut, baik dalam bentuk iklan, acara pendidikan, penyuluhan dan artikel-artikel populer, secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi gaya hidup konsumen. Kejadian perubahan yang ditimbulkan dapat berlangsung lambat atau cepat. Sarana komunikasi ini pula yang dapat mendidik masyarakat menjadi lebih konsumtif.

Kelancaran perhubungan melalui darat, udara dan laut menyebabkan intensitas kontak sesama anggota masyarakat atau konsumen meningkat. Tukar menukar pengalaman dapat berlangsung dengan lancar yang akhirnya dapat menimbulkan pengaruh terhadap sesamanya. Pengaruh perhubungan ini dapat terlihat jelas dengan adanya kontak yang lancar antara penduduk kota dengan pedesaan. Sehingga jenis makanan khas pedesaan sudah mulai tergeser oleh jenis makanan orang kota. Pada saat hari raya Idul Fitri sekarang, bagi masyarakat pedesaan bukan merupakan hal yang menunjukkan kemewahan, bila menyajikan kue dan snack kalengan kepada tamunya, tetapi telah merupakan hal yang biasa. Kejadian semacam ini merupakan hal yang sangat langka pada masa-masa yang lalu.

Dengan demikian perusahaan makanan harus jeli memanfaatkan hal-hal yang dapat mempengaruhi gaya hidup konsumen atau jeli di dalam memanfaatkan gaya hidup konsumen yang sedang marak untuk mengembangkan produk makanan.

#### **IV. KEAMANAN DAN KESEHATAN**

Keamanan konsumsi atas pangan dipasarkan sepenuhnya dipercayakan oleh konsumen

kepada produsen. Suatu hal yang sulit untuk dilakukan oleh konsumen untuk memeriksa produk pangan yang sedang atau sudah diproduksi. Dengan demikian perusahaan dituntut kehati-hatiannya untuk menjamin agar produk yang dihasilkan benar-benar aman, yang secara langsung atau tidak langsung diharapkan tidak membahayakan konsumen. Bila hal ini tidak diperhatikan benar-benar sehingga mengakibatkan terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan akan menyebabkan berkurang atau hilangnya kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Pengetahuan konsumenpun mulai berkembang tentang keamanan pangan tersebut, terutama setelah adanya pemberitaan-pemberitaan atau peringatan dari pemerintah yang menyangkut tentang suatu hal yang berhubungan dengan keamanan pangan. Biasanya kejadian ini sifatnya insidental saja, seperti pada saat sedang ramainya dibicarakan tentang penggunaan boraks pada bakso dan penggunaan formalin sebagai pengawet tahu. Kejadian tersebut telah menjadikan masyarakat sadar bahwa kedua bahan tersebut dapat membahayakan kesehatan. Walaupun demikian tidak semua konsumen telah memikirkan keamanan terhadap pangan yang dibelinya. Seperti yang terjadi beberapa waktu yang lalu, yaitu kematian beberapa orang akibat mengkonsumsi tempe bongkrek. Walaupun kejadian ini telah berlangsung beberapa kali dan pemerintah telah melarangnya untuk diproduksi, tetapi konsumen tetap saja membeli dan mengkonsumsi jenis tempe tersebut.

Masyarakat yang sadar akan keamanan pangan yang dibeli atau dikonsumsi akan

bersikap hati-hati pada saat membeli atau menyimpan produk. Sebagai contoh, bila membeli makanan kalengan, yang pertama dilihat adalah keutuhan bentuk kaleng dan kemudian dilihat telah timbul karat atau tidak pada kaleng atau pembengkakan kaleng. Setelah itu dilihat batas kadaluwarsa produk dan kemudian diperiksa daftar bahan yang dipakai mungkin ada bahan yang dikategorikan berbahaya, seperti bahan tambahan makanan terlarang. Untuk keamanan pangan ini, secara tidak disadari konsumen telah dibantu oleh LSM Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia di dalam pemantauan produk yang beredar dipasar.

Tabel 1. Urutan penyebab tidak amannya pangan menurut ilmuwan dan masyarakat umum Irlandia Utara (Harvey, 1990)

Ilmuwan	Masyarakat Umum
1. Kerusakan mikrobiologis	1. Pestisida
2. Gizi	2. Food additive buatan
3. Kontaminan	3. Lemak/kolesterol
4. Toksin alami	4. Kerusakan mikrobiologis
5. Pestisida	5. Junk Foods

Selain itu juga ada lembaga pemerintah yang melakukan tugas secara resmi, yaitu Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan, dibawah Departemen Kesehatan, yang juga ikut melakukan pemantauan terhadap produk pangan yang ada di pasaran.

Suatu hasil studi yang menarik telah dilakukan di Irlandia Utara, yaitu suatu survey terhadap ilmuwan dan masyarakat umum untuk mengetahui jenis-jenis

penyebab tidak amannya pangan untuk dikonsumsi serta urutan kekhawatirannya dan hasil studi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1. Secara umum, baik ilmuwan maupun masyarakat umum sangat memperhatikan terhadap keamanan makanan yang dikonsumsi dan selama survey mereka memberikan jawaban serupa, hanya berbeda pada urutan kekhawatirannya dan kata-kata yang digunakan untuk mengungkapkannya.

Kesadaran konsumen Indonesia akan pentingnya pangan terhadap kesehatan juga telah banyak merubah sikap konsumen terhadap pangan. Hal ini perlu diantisipasi oleh pengusaha, yaitu dengan mengikuti kecenderungan-kecenderungan atau isu-isu yang beredar dimasyarakat dan di manca negara. Dengan telah maraknya sistem informasi global, hal-hal yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat International akan cepat sampai ke masyarakat Indonesia. Masalah kesehatan yang banyak dibicarakan dalam hubungannya dengan pangan adalah kegemukan (*obesity*) dan penyakit jantung (*heart diseases*) (Wheelock, 1992).

Untuk menghadapi kedua masalah tersebut banyak sekali cara-cara yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga timbul menjamurnya *fitness center* dan klinik-klinik untuk penurunan berat badan. Tetapi masyarakat kurang menyadari bahwa sebenarnya kedua hal tersebut dapat diatasi dengan pengaturan pangan yang masuk kedalam tubuh, baik *komposisi*, *keragaman* maupun *jumlah energinya*.

Jenis makanan yang sedang banyak dibicarakan dan dikembangkan di luar negeri adalah makanan dengan kandungan lemak

yang dikurangi, dengan alasan makanan yang mengandung lemak tinggi akan lebih memungkinkan untuk menimbulkan kelebihan energi yang ditimbun di dalam tubuh dan pada akhirnya akan menyebabkan kegemukan. Selain itu masalah kolesterol juga telah banyak diketahui oleh masyarakat, karena banyak berhubungan dengan timbulnya penyakit jantung. Sehingga perlu dikembangkan produk yang bebas atau mengandung kolesterol rendah. Bahkan di supermarket sekarang dapat dijumpai telur yang mengklaim berkolesterol rendah.

Di bidang penelitian juga telah banyak dilakukan usaha-usaha untuk mendapatkan produk pangan yang sehat. Diantaranya penelitian yang diarahkan untuk memanfaatkan minyak ikan dalam rangka mengatasi penyakit jantung, walaupun sebenarnya minyak ikan banyak khasiatnya dan dapat digunakan untuk menanggulangi berbagai penyakit (Simopolous, 1991). Minyak ikan berkhasiat untuk menanggulangi berbagai penyakit, dikarenakan oleh kandungan asam lemak omega-3 nya yang tinggi dibandingkan dengan jenis minyak nabati dan hewani yang lain. Upaya-upaya untuk memanfaatkan minyak ikan di dalam pangan telah banyak dilakukan di manca negara (Barlow dkk, 1990).

## V. PRODUK SIAP KONSUMSI

Dalam masyarakat modern dikenal adanya motto waktu adalah uang. Mungkin motto ini telah tepat saatnya untuk digunakan di Indonesia, khususnya dikota-kota besar. Karena semua orang menginginkan segala sesuatunya berjalan dengan cepat. Sehingga pola hidup yang demikian berpengaruh

sangat besar terhadap pola konsumsi makanan dari masyarakat.

Sekarang telah menggejala bahwa konsumen tidak mau buang waktu terlalu banyak untuk mempersiapkan makanan. Apalagi saat ini sudah bukan merupakan hal yang aneh bila pasangan dirumah tangga disibukkan oleh kegiatan di luar rumah, yaitu oleh pekerjaan masing-masing. Sehingga tidak punya waktu banyak untuk mempersiapkan makanan di rumah. Untuk ini perlu disediakan jenis-jenis makanan yang siap konsumsi atau jenis-jenis makanan yang memerlukan waktu singkat untuk mempersiapkan.

Dalam hal ini sebenarnya industri pangan di Indonesia telah cukup tanggap. Sekarang industri "fast food" telah banyak ditemui di mana-mana, terutama di kota-kota besar, baik itu untuk makanan asli Indonesia (ayam Suharti dan mbok Berek) maupun yang berasal dari luar negeri (Kentucky Fried Chiken dan Pizza Hutt). Jenis produk makanan yang siap konsumsi (ready to eat) dan jenis makanan memerlukan waktu singkat untuk mempersiapkannya juga telah berkembang dengan baik di Indonesia. Sekarang dapat dengan mudah dijumpai "instant noodles" dengan berbagai macam merk dagang maupun rasa. Selain itu juga telah terdapat berbagai macam jenis bumbu jadi, adonan kue dan lain-lain yang telah dapat memberikan manfaat berupa kemudahan kepada konsumen untuk memasak dan mengolahnya, sehingga dapat menghemat waktu. Pada awalnya banyak

yang beranggapan bahwa produk semacam ini ditujukan kepada konsumen yang tidak memiliki kemampuan yang baik untuk

memasak. Tetapi sebenarnya tujuan adanya jenis produk tersebut adalah diperuntukan untuk konsumen yang sangat menghargai waktu untuk keperluan lain yang lebih penting dibandingkan dengan memasak.

Arah pengembangan pangan untuk jenis produk siap konsumsi dan produk yang memerlukan waktu penyiapan yang relatif singkat perlu disinkronkan dengan perkembangan teknologi yang ada. Seperti yang dapat ditemui saat ini bahwa masyarakat telah mulai mengenal dan bahkan beberapa diantaranya mulai gandrung dengan penggunaan "microwave oven", sehingga saat ini mulai berkembang jenis makanan yang penyiapannya dapat dengan menggunakan alat tersebut.

## **VI. WISATAWAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK KHAS DAERAH**

Ada satu hal yang sangat memprihatinkan, yaitu mulai ditinggalkan dan dilupakannya produk makanan khas daerah. Pada beberapa daerah, jenis makanan khas telah terdesak oleh jenis makanan yang "katanya" lebih modern, sehingga sulit untuk mendapatkannya. Jenis makanan tersebut hanya dapat ditemukan pada tempat-tempat tertentu, seperti pasar tradisional dan penjualnya secara turun menurun menggeluti usaha tersebut. Sehingga pengembangannya kurang mendapat perhatian dan berjalan sangat lambat.

Produk khas sangat potensial dijadikan daya tarik tersendiri dari suatu daerah seiring dengan pengembangan pariwisata. Produk pangan khas ini harus dapat diangkat dan

disejajarkan dengan produk kerajinan yang telah berkembang lebih dahulu. Produk kerajinan telah banyak diidentikkan dengan nama suatu daerah atau kota, seperti ukiran-Jepara, patung-Bali, batik-Pekalongan dan sepatu-Cibaduyut.

Untuk hal ini produsen makanan harus mempertimbangkan adanya sifat atau kecenderungan konsumen untuk mencari produk khas dari suatu daerah, terutama yang telah terkenal. Demikian halnya dengan wisatawan dari manca negara, tentu juga mereka juga akan mencari dan ingin merasakan makanan khas dari daerah yang dikunjungi. Akan lebih menarik bila lokasi pengolahan dan penjualan dipusatkan, sehingga dapat dijadikan obyek wisata yang layak dikunjungi. Dengan demikian pengawasan mutu dan keamanan produk harus benar-benar diperhatikan, supaya nantinya produk makanan tersebut tidak sampai merusak nama suatu daerah, misalnya adanya keracunan akibat setelah mengkonsumsi makanan khas daerah tersebut.

Jenis pangan yang telah populer dan menjadikan daya tarik tersendiri bagi suatu daerah adalah dodol-Garut, gudek-Yogyakarta, empek-empek Palembang, Wingko-Babat, Jenang-Kudus, suwar-suwir-Jember dan lain-lain.

### VII. KESIMPULAN DAN SARAN UNTUK INDUSTRI PANGAN

Tidak dapat ditawar-tawar lagi oleh kalangan industri pangan untuk selalu ingat terhadap konsumen di dalam menyiapkan, memproduksi dan memasarkan produk pangan. Faktor ini sangat penting, disamping

faktor-faktor lainnya seperti peraturan perundang-undangan masalah pangan dan perdagangan. Karena disinilah kunci keberhasilan bagi produk yang dihasilkan untuk sampai ke konsumen.

Di dalam suatu perusahaan pangan akan sangat ideal bila mempunyai team tersendiri yang bertugas mengamati kecenderungan yang diminati oleh konsumen terhadap jenis dan karakteristik produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, serta mengamati peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai masukan untuk pengembangan produk. Team ini nantinya akan memberikan masukan kepada bagian R&D untuk mengkajinya dari segi teknologi dan selanjutnya mengembangkan produknya. Kemudian bagian pemasaran akan mengkajinya untuk memberikan saran tentang strategi supaya produk tersebut menarik, sehingga mudah menembus pasar. Dengan demikian produk yang dilepas ke pasar tidak berdasarkan pertimbangan naluri pemilik atau pengelola perusahaan, tetapi berdasarkan pertimbangan ilmiah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Barlow, S.M., F.K.V.Young dan I.F.Duthi, 1990. Nutritional recommendations for n-3 polyunsaturated fatty acids and the challenge to the food industry, *Proceeding of the nutrition society* 49 (2):13-21.
- Harvey.G.E.G., 1990. The food industry and the consumer, makalah disajikan pada The George Scott Robertson Memorial Lecture di The Queen's University of Belfast pada 8 Nopember 1990.
- Senauer,B., 1992. Consumer food safety concerns, *Cereal Foods World* 37 (4):298-303.