



# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bogor merupakan salah satu Kota di provinsi Jawa barat, Indonesia. Luas Wilayah Bogor sebesar 11.850 Ha, Bogor Kota memiliki luas wilayah 118.5 km<sup>2</sup>, dan Kabupaten Bogor memiliki luas wilayah 2.664 km<sup>2</sup>. Kondisi iklim di Kota Bogor dengan suhu rata-rata tiap bulan 26° C, kelembaban udara 70 %, curah hujan rata-rata setiap tahun sekitar 3.500 – 4000 mm dengan curah hujan terbesar pada bulan Desember dan Januari. Secara Administratif kota Bogor terdiri dari 6 wilayah kecamatan, 68 kelurahan dan 37 desa 210 dusun, 623 RW, 2.712 RT dan dikelilingi oleh Wilayah Kabupaten Bogor.

Kedudukan geografis Kota Bogor di tengah-tengah wilayah Kabupaten Bogor serta lokasinya sangat dekat dengan Ibukota Negara, merupakan potensi yang strategis bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dan jasa, pusat kegiatan nasional untuk industri, perdagangan, transportasi, komunikasi, dan pariwisata. Sehingga, menyebabkan laju pertumbuhan penduduk bertambah dan banyak menyebabkan pendatang dari berbagai daerah baik pendatang mancanegara maupun pendatang domestik. Para pendatang tersebut datang ke Bogor dengan berbagai tujuan seperti bekerja, bersekolah, dan berwisata. Bertambahnya penduduk menjadikan Bogor sebagai pasar yang potensial bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk dan jasanya.

Tabel 1 Jumlah penduduk Bogor Kota dari tahun 2015 hingga tahun 2020

Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)
2015	1 047 922
2016	1 064 687
2017	1 081 009
2018	1 096 828
2019	1 100 000

Sumber : BPS Kota Bogor

Tabel 2 Jumlah penduduk Kabupaten Bogor dari tahun 2015 hingga tahun 2020

Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)
2015	5 459 668
2016	5 587 440
2017	5 715 009
2018	5 840 907
2019	5 965 410

Sumber : BPS Kota Bogor

Menurut UU No. 18 Tahun 2012 Pasal 1 Ayat (1) UU pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati yaitu produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, perternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak



diolah, yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia. Pangan lokal adalah produk pangan yang telah lama diproduksi, berkembang dan dikonsumsi di suatu daerah atau kelompok masyarakat lokal tertentu. Pangan lokal berkaitan erat dengan budaya lokal setempat. Pangan lokal akan dikembangkan sesuai dengan preferensi konsumen lokal. Preferensi dapat terbentuk dari pemahaman dan ingatan konsumen terhadap produk (Assel 1997).

Salah satu pangan lokal khas Bogor yaitu doclang, merupakan makanan tradisional yang berasal dari Bogor, biasanya disantap pada pagi hari. Doclang terdiri dari irisan lontong yang dibungkus daun patat, irisan kentang rebus, tahu goreng, kerupuk dan telur rebus. Dimana pada saat penyajian disiram dengan bumbu kacang yang bertekstur agak kental dan kasar, yang sedikit pedas dan beraroma rempah dan bisa ditambahkan kecap jika diinginkan (national.kompas.com, 2010). Lontong yang digunakan pada doclang dibungkus dengan daun patat sehingga menghasilkan aroma yang khas dan juga daun patat mengandung protein dan serat yang tinggi (Simanjuntak, 2015).

Berdasarkan pengamatan saat praktik di Bogor Icon Hotel pada hidangan doclang, minat konsumen kurang yaitu ketika makanan disajikan, konsumen kurang tertarik untuk mengkonsumsinya sehingga hidangan tersebut jarang dihidangkan, dan beberapa diantaranya tidak mengetahui hidangan tersebut. Dapat dilihat juga dari lingkungan mulai banyaknya berbagai jenis pangan dan inovasi terbaru ditambah seiring perkembangan zaman. Menyebabkan pangan lokal khas Bogor terlupakan oleh konsumen di Bogor.

Salah satu upaya untuk melesetarkan doclang sebagai pangan lokal khas Bogor yaitu dengan menganalisis kesadaran konsumen di Bogor dan preferensi konsumen terhadap doclang. Analisis kesadaran dan preferensi konsumen terhadap doclang dapat diukur melalui survei. Keuntungan lainnya yaitu agar doclang sebagai pangan lokal khas Bogor lebih dikenal oleh konsumen serta di konsumsi dan hasil kajian ini juga untuk meningkatkan variasi produksi dari makanan doclang.

## 1.2 Tujuan

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah mengetahui kesadaran dan preferensi konsumen terhadap doclang sebagai pangan lokal khas Bogor. Adapun tujuan khusus dari tugas akhir ini adalah

1. Mengetahui keadaan umum Bogor Icon Hotel.
2. Mengkaji proses produksi doclang di Bogor Icon Hotel.
3. Mengidentifikasi tingkat kesadaran konsumen terhadap doclang di wilayah Bogor.
4. Mengetahui preferensi konsumen terhadap hidangan doclang di wilayah Bogor.