

# THE ROLE OF FOOD INNOVATION PIZZA ANDALIMAN IN IMPROVING TOURIST INTEREST TO LAKE TOBA (STUDY AT PIZZA ANDALIMAN RESTAURANT BALIGE, KABUPATEN TOBA SAMOSIR)

Bantors Sihombing \*) Lisanhot Pandiangan \*\*)  
Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung  
bantors@akpardarmaagung.ac.id  
lisanhot@akpardarmaagung.ac.id

## Abstract

This Research entitled The Role of Food Innovation Pizza Andaliman in Improving Tourist Interest to Lake Toba (Study at Pizza Andaliman Restaurant Balige, Kabupaten Toba Samosir) intend to reveal about the role of food innovation in improving tourist interest to visit Lake Toba, this study was conducted at the Pizza Andaliman Restaurant Balige, Kabupaten Toba Samosir. The research methodology used was a qualitative approach. Informants in this research are the owner of Pizza Andaliman Restaurant, tourism official government, foreign tourist and local tourist who visit Lake Toba, Balige, Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara. The result of research indicated that food innovation Pizza Andaliman has not yet the main reason for tourist to visit Lake Toba, but tourist interest to visit Lake Toba increase after know about food innovation like Pizza Andaliman.

Keywords : *food innovation, pizza andaliman, tourist*

## 1. Pendahuluan

Kawasan Danau Toba memiliki keindahan alam yang luarbiasa. Melihat pemandangannya yang eksotis, banyak orang tak menyangka danau tersebut merupakan hasil letusan gunung Toba. Materialnya terlempar dan menutupi wilayah seluas 4 juta km persegi. Chesner dalam Ahmad Arif dkk (2014:20) menemukan jejak vulkaniknya ditemukan di Perak dan Pahang (Malaysia), bahkan ke India, seluruh Samudra Hindia, Laut Arab hingga Laut China Selatan.

Sudah banyak orang dari berbagai belahan dunia datang mengunjungi dan menikmati. Jumlah wisatawan asing ke Toba pernah mencapai 249.656 pada tahun 1996, menjadikannya tujuan wisata terpopuler kedua setelah Bali (2014:15). Seiring dengan datangnya wisatawan, industri pariwisata mulai dikenal di Danau Toba. Masyarakat yang dulunya mayoritas hidup sebagai petani, sebagian beralih masuk ke dunia pariwisata. Ada yang mendirikan hotel, membuka restoran, menjadi pemandu, menyediakan souvenir, mengembangkan biro perjalanan, dan sebagainya. Dari geliat menjelma menjadi gairah, sebab ternyata pariwisata menjanjikan sebagai sumber penghasilan bagi warga Danau Toba.

Sayangnya kegairahan itu tak berlangsung lama. Krisis moneter yang menerpa Indonesia tahun 1998 berdampak besar pariwisata di Danau Toba. Kunjungan wisatawan menurun drastis hingga titik nol

karena gejolak politik dalam negeri, disusul resesi ekonomi global (2014:13). Banyak perusahaan yang gulung tikar dan melakukan jurus efisiensi demi menekan biaya operasional. Terjadi pengurangan tenaga kerja, yang membuat mereka kembali ke profesi lama sebagai petani.

Hingga 2009, jumlah pelancong yang datang ke Toba dan Samosir mencapai 63.187 orang. Sebanyak 10.323 merupakan wisatawan mancanegara dan 52.864 wisatawan domestik. Angka ini relatif masih kecil dibandingkan pesona alam Danau Toba dan narasi pembentukannya yang menakjubkan (2014:15). Banyak analisis tentang kegagalan berbagai terobosan untuk membangkitkan pariwisata Danau Toba.

Bahkan sudah ada berpendapat, kondisinya sudah seperti batang terendam. Salah satunya menyebutkan ego sektoral masing-masing kabupaten di sekitar Danau Toba yang menyebabkan kegagalan tersebut. Ada tujuh kabupaten di Danau Toba, yakni Samosir, Toba Samosir, Humbahas, Dairi, Simalungun, Tapanuli Utara, dan Karo. Koordinasi dinilai sangat lemah, dan masing-masing daerah berjalan sendiri-sendiri.

Melihat hal ini, pemerintahan Jokowi menemukan cara untuk mengatasi miskordinasi antarkabupaten, dengan membentuk Badan Otorita Pengelola Kawasan Danau Toba, dengan diterbitkannya Perpres. Organisasinya sudah terbentuk dengan sebagai Direktornya. Berbagai

kegiatan sudah dilakukan, bukan hanya sosialisasi saja, tetapi secara nyata meletakkan pondasi pengelolaan pariwisata Danau Toba secara komprehensif.

Masyarakat Batak yang mendiami kawasan Danau Toba memiliki kekayaan kuliner yang luarbiasa. Ada kekhasan tersendiri sehingga menantang untuk dinikmati, serta berkesan dan sulit dilupakan. Bukan hanya jenis masakannya, tetapi ada bumbu tertentu hanya ada di Danau Toba. Tetapi sebagai makanan tradisional dan lokal, masih perlu kerja keras mempromosikannya ke dunia internasional, agar dikenal dan dicari.

Sebastian Hutabarat dan rekannya, yang memiliki Restoran Pizza Andaliman di Balige, Kabupaten Toba Samosir, Provinsi Sumatera Utara, menyadari kelebihan dan kekurangan kuliner Danau Toba. Apalagi jika targetnya menjadi trade mark, yang menjadi daya tarik bagi wisatawan asing dan lokal. Mereka melakukan eksperimen dan akhirnya membuahkan hasil.

Kreasi tersebut adalah hasil modifikasi makanan tradisional dengan makanan internasional. Pizza, makanan khas Italia dipilih karena sudah memiliki nama, dan penyukanya menyebar luas di warga lokal, maupun asing. Itu bisa dilihat dari hadirnya restoran Pizza berbagai merek di Jakarta, dan daerah-daerah.

Pizza diolah sedemikian rupa dengan menambahkan andaliman, bumbu khas yang hanya dimiliki masyarakat Batak. Andaliman rasanya pedas, tetapi tak sama dengan cabai. Jika dimakan, andaliman rasanya pedas menggetarkan. Pizza Andaliman, menjadi merek baru, hasil inovasi yang menjadi viral di media sosial.

Prapenelitian di Restoran Pizza Andaliman, Balige, Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara, beberapa orang mengaku baru mendarat di Bandara Silangit, Kabupaten Tapanuli Utara, namun langsung ke Balige karena penasaran seperti apa Pizza Andaliman, dan bagaimana rasanya. Bahkan, ada yang tujuannya sebenarnya bukan ke Balige atau melewatinya, tetapi sengaja belok ke Restoran Pizza Andaliman untuk menikmati Pizza Andaliman.

Itu sebabnya penulis tertarik meneliti Peran Makanan Inovasi Pizza Andaliman dalam Meningkatkan Minat Wisatawan ke Danau Toba (Studi di Balige, Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara).

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah peran makanan inovasi pizza andaliman dalam meningkatkan minat wisatawan ke Danau Toba?
2. Faktor-faktor apa saja yang membuat Makanan Inovasi Pizza Andaliman meningkatkan minat wisatawan ke Danau Toba?
3. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala Makanan Inovasi Pizza Andaliman meningkatkan minat wisatawan ke Danau Toba?

## **2. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata terdiri dari dua suku kata (bahasa sansekerta) yaitu "pari" dan "wisata". Kata pari artinya berulang-ulang, wisata artinya perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata memiliki arti yaitu perjalanan yang dilakukan berulang-ulang. Orang yang melakukan perjalan disebut "traveler", sedangkan "tourist" adalah orang yang melakukan perjalanan untuk wisata.(Musaneff, 1995:8). Menurut Undang-Undang Kepariwisata No. 10 tahun 2009, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Pengertian wisata itu mengandung beberapa unsur yaitu, 8 kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, dan bersifat sementara.

Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan Pariwisata itu sendiri adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan usaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Oka A. Yoeti, 1983, 110). Pariwisata menurut Hubert Gulden adalah pariwisata yang didalamnya mengandung unsur perjalanan diartikan peralihan tempat yang bersifat sementara, seseorang atau beberapa orang untuk memperoleh pelayanan dan diperuntukan bagi kepariwisataan itu (Joko Purwanto dan Hilmi, 1994:10).

### **2.1 Wisata Kuliner**

Kata wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu voyages culinaires (Prancis) atau culinary travel (Inggris) yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan masak- memasak. Menurut Asosiasi

Pariwisata Kuliner Internasional (International Culinary Tourism Association/ICTA), wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata. Berbeda dengan produk wisata lainnya seperti wisata bahari, wisata budaya dan alam yang dapat dipasarkan sebagai produk wisata utama, tetapi pada wisata kuliner biasanya dipasarkan sebagai produk wisata penunjang.

Tidaklah lengkap rasanya berkunjung ke daerah wisata tanpa mencoba kuliner khas daerah. Meskipun belum menjadi produk wisata utama tetapi kehadiran wisata kuliner menjadi subproduk yang mendukung potensi wisata yang sudah ada. Menurut Bachrul Hakim (2009) kita harus memusatkan perhatian kita pada kiprah bisnis kuliner di dalam industri pariwisata Indonesia.

Bondan Winarno (2008) menyebutkan industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan mancanegara maupun lokal karena keragaman makanan dan minuman khas yang ada di setiap daerah. Kuliner Indonesia mempunyai kelebihan tersendiri, dengan berbagai budaya bercampur membawa kuliner masing-masing daerah melebur menjadi berbagai resep masakan Indonesia. Orang tidak sulit untuk mencari kuliner yang sesuai pilihan, karena begitu banyak pilihan menu dari pedas, manis, asin, asam, pahit dan dari mulai sayuran, ikan, ayam serta berbagai minuman semuanya ada di menu kuliner Indonesia. Sebagai contoh ada beberapa kuliner Indonesia yang disukai seperti Mie Aceh, Soto Medan, Rendang Padang, Sayur Asem Jakarta, Rawon Semarang, Gudeg Yogya, Bakso Solo, dan Ayam Rica-rica Makasar.

Di Tapanuli, Sumatera Utara, ada banyak kuliner lokal yang terkenal hingga ke mancanegara. Antara lain 'Naniura', ikan yang tak dimasak seperti Shasimi dari Jepang, ikan mas arsik, ayam Padar, dan lain-lain. Ada bumbu lokal yang khas Batak, seperti Andaliman, yang rasanya pedas getir, dan bawang Batak. Khusus Andaliman hanya ada di Tapanuli, dan kerap digunakan dalam aneka masakan lokal.

Perkembangan teranyar, ada orang-orang kreatif yang membuat makanan inovasi, yang menggabungkan makanan lokal dengan makanan internasional. Jadi,

makanan internasional yang sudah memiliki brand (merek), akan mengangkat citra makanan lokal. Ali Hasan (2015:310), menyebutnya sebagai upaya menciptakan daya saing dengan inovasi brand. Produk wisata dengan konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan memang harus mampu menciptakan jenis wisata baru.

Lebih lanjut Ali Hasan (2015:400) menggolongkan wisatawan dalam dua bagian besar. Pertama, wisatawan yang mencari destinasi wisata sebagai komoditas. Kedua, wisatawan yang mencari keaslian dan nilai-nilai lebih dari pengalaman wisata. Kekhasan suatu daerah akan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Brand internasional yang dipadukan dengan nilai lokal akan meningkatkan daya saing destinasi wisatanya.

## 2.2 Pizza Andaliman

Pizza merupakan khas kuliner dari Italia, menjadi unik di Desa Balige, Toba Samosir, Sumatera Utara, pizza menjadi lebih unik rasanya karena menyertakan rempah lokal andaliman yang hanya tumbuh di wilayah Danau Toba sekitarnya, dan telah terkenal hingga ke mancanegara (<https://dyahpamelablog.wordpress.com/2017/05/07/uniknya-pizza-andaliman-di-toba-samosir/>, diakses 10 Juli 2017). Pizza Andaliman dibuka sejak 2015 dengan ide menyertakan ciri khas bumbu rempah Andaliman yang hanya tumbuh di daerah sekitar Danau Toba, rasanya cukup unik, ada sensasi getir pedas, asam dan membuat lidah sedikit kebas.

Pizza andaliman yang menggunakan saus mayones ditambah andaliman. Cara membuatnya sama dengan membuat Pizza pada umumnya. Hanya di sini Pizza diberi saus, ditaburi topping berupa irisan sayur seperti wortel, jagung, keju mozarella, lalu ada sosis, cincangan ayam panggang, serta taburan keju cheedar dan tentu saja taburan cincangan andaliman. Rasa getir pedas dan asam itu utamanya tak sekedar tersaji di atas pizza, namun juga pada bumbu saus mayonese yang dicampur dengan rempah andaliman dan ada saus sambal dengan andaliman yang biasa dimakan orang Batak sebagai sambalocolan ikan bakar dan lauk lain.

Ada sensasi yang berbeda dari rasa pizza ini, terutama semakin terasa pedas unik bila menambahkanocolan sambal andaliman maupun mayonese yang berpadu merica khas Batak tersebut. Ada aroma khas

rempah andaliman yang berbeda ditambah rasa pedas getirnya. Semua bahan saus maupun isian topping menggunakan bahan yang tumbuh di Toba Samosir. Perbedaan mencolok, pizza khas Batak ini tak menggunakan paprika seperti pizza Italia. Kemudian sausnya berbeda dibuat home made.

Kepada wisatawan disajikan tiga jenis saos, ada mayones, saos cabai, dan saos andaliman yakni saos andaliman yang membuat lidah anda mencicipi rasa yang kuat seperti merica tapi sedikit ada rasa lemon, yang pasti rasa tersebut bisa membuat lidah pedas alias mati rasa jika anda cicipi kebanyakan. Sebastian Hutabarat selaku pemilik cafe menuturkan ingin mengenalkan citarasa Batak pada wisatawan baik itu dari luar kota Balige dan turis mancanegara (<http://medan.tribunnews.com>, diakses 12 Juni 2017).

### 2.3 Wisatawan

Wisatawan (tourist) adalah sebagai subjek dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan disebut sebagai subjek karena kegiatan pariwisata tidak bisa terlepas dari pelayanan terhadap wisatawan atau orang sebagai objek pelayanan. Menurut UNWTO dalam Edgell,dkk (2008 : 1) wisatawan adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di Negara yang dikunjungi, dimana tujuan berkunjung antara lain untuk leisure, rekreasi, berlibur, kesehatan, belajar, tujuan keagamaan atau olahraga, bisnis, urusan keluarga, dan pertemuan (meeting).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan mengatakan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Pendekatan interaksi menurut Cohen dalam Pitana dan Gayatri (2005 : 53), mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi daridaerah yang akan dikunjungi dan tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen membedakan wisatawan menjadi empat, yaitu:

1. Drifer, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya dan bepergian dalam jumlah kecil.
2. Explorer, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum (off the beaten track) Wisatawan seperti ini bersedia

memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.

3. Individual mass tourist, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemui di tempat tinggalnya dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

### 2.4 Minat Berkunjung

Sebelum sampai pada tahap mengkonsumsi produk, secara psikologis konsumen akan melalui sejumlah tahapan dalam pengambilan keputusan. Minat menjadi awal dari keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk, setelah menyadari dan mengetahui adanya produk di pasar. Sedangkan menurut Assael (1998) minat beli (purchase intentions) adalah perilaku yang muncul akibat respon terhadap objek, atau merupakan minat yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Intensitas membeli merupakan tahap terakhir dari suatu proses keputusan pembelian yang kompleks.

Selanjutnya konsumen mengevaluasi produk atau merek tersebut, hasil evaluasi ini yang akhirnya memunculkan niat atau atensi untuk membeli sebelum akhirnya konsumen benar-benar melakukan pembelian. Leon G. Schiffman dan Leslie (1998) mengatakan minat termasuk bagian dari sikap, dimana sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang kedalam kerangka pikiran menyukai (bersikap positif) atau tidak menyukai (bersikap negatif) sesuatu yang kemudian dapat mendekatkan atau menjauhkannya terhadap hal tersebut.

Minat berkunjung wisatawan ke suatu objek wisata, merupakan salah satu bentuk atau wujud dari perilaku wisatawan. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak hal yaitu; faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Sedangkan persepsi hanya merupakan salah satu unsur utama dari faktor psikologi ini adalah motivasi, pengetahuan serta kepercayaan dan pendirian (Kotler, 1995 : 216).

Minat (interest) digambarkan sebagai suatu situasi dan kondisi sikap yang muncul dalam diri yang dipicu oleh rasa ingin untuk mendapatkan atau memiliki sesuatu.

Menurut Durianto (2003 : 109) niat untuk membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Nugroho (2003 : 216) juga menyatakan ada tiga komponen sikap, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif. Kepercayaan atas merek adalah komponen kognitif dari sikap. Evaluasi merek adalah komponen afektif atau perasaan. Sedangkan maksud untuk membeli adalah komponen konatif atau tindakan. Dari beberapa pengertian di atas dapat diketahui bahwa minat adalah sikap konsumen dan kecenderungan yang muncul dalam diri setelah melalui beberapa penilaian pribadi terhadap suatu objek, yang kemudian dilanjutkan dengan tindakan seperti keputusan untuk membeli atau keputusan untuk berkunjung.

### **3. Metode Penelitian**

Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Utama, 2012:119). Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci, memiliki pengambilan data yang mendalam dan menyertakan berbagai sumber informasi. Kasus yang dipelajari berupa program, peristiwa, aktivitas atau individu.

### **4. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Pizza Andaliman, Balige, Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara dengan batas-batas wilayah terdiri dari:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Danau Toba
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Danau Toba
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Tapanuli Utara
4. Sebelah Utara berbatasan dengan Simalungun
5. Populasi dan Objek Penelitian

### **5. Populasi Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah pemilik Restoran Pizza Andaliman, pejabat bidang pariwisata, wisatawan asing dan wisatawan lokal yang berkunjung ke Danau Toba, Balige. Kabupaten Toba Samosir,

Sumatera Utara. Sedangkan instrumen penelitian adalah peneliti sendiri.

### **6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah tanpa angket. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi. Selain itu melakukan juga wawancara terbuka walaupun tidak terstruktur (Ardial, 2014 : 257). Analisis data dilakukan dengan mengurutkan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Lalu menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Analisis data dilakukan sejak pengumpulan data sampai sesudah meninggalkan lapangan (Utama, 2012:143-144).

### **7. Pembahasan**

#### **5.1 Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **5.1.1 Sejarah Kabupaten Toba Samosir**

Secara astronomis, Kabupaten Toba Samosir berada pada 2003' - 2040' Lintang Utara dan 98056'-99040' Bujur Timur, Kabupaten Toba Samosir memiliki luas wilayah 202.180 Ha. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Toba Samosir berada di antara lima kabupaten, yang berbatasan, yakni:

- Utara berbatasan dengan Kabupaten Simalungun
- Timur berbatasan dengan Labuhan Batu dan Asahan
- Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Utara
- Barat berbatasan dengan Kabupaten Samosir

Kabupaten Toba Samosir terdiri dari 16 kecamatan yaitu Kecamatan Balige, Kecamatan Tampahan, Kecamatan Laguboti, Kecamatan Habinsaran, Kecamatan Borbor, Kecamatan Nassau, Kecamatan Silaen, Kecamatan Sigumpar, Kecamatan Porsea, Kecamatan Pintu Pohan Meranti, Kecamatan Siantar Narumonda, Kecamatan Parmaksian, Kecamatan Lumban Julu, Kecamatan Uluan, Kecamatan Ajibata, dan Kecamatan Bonatua Lunasi.

Salah satu visi Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Toba Samosir adalah menjadikan pariwisata yang indah di Toba Samosir. Didukung oleh sumber daya alam dan keindahan Danau Toba, sektor pariwisata merupakan sektor potensial yang dapat menjadi andalan di Kabupaten Toba Samosir di masa mendatang. Perencanaan,

pengembangan, pengelolaan dan penyediaan sarana dan prasarana yang baik akan menjadikan Kabupaten Toba Samosir sebagai tempat pariwisata yang indah.

### 5.1.2 Gambaran Warga dan Wilayah Kecamatan Balige

Pizza Andaliman berada di Kecamatan Balige, tepatnya di Kelurahan Sangkarannahuta. Kecamatan Balige terletak pada ketinggian 905-1.200 meter dari permukaan laut sehingga kelembaban udaranya cukup lembab. Kecamatan ini terdiri dari 29 desa dan 6 kelurahan. Ada 9 desa/kelurahan berbatasan langsung dengan Danau Toba dan 26 desa/kelurahan tidak berbatasan dengan Danau Toba.

Kecamatan Balige merupakan Ibukota Kabupaten Toba Samosir. Administrasi pemerintahan Kecamatan Balige pada tahun 2017 terdiri dari 29 desa dan 6 kelurahan. Pemerintahan desa dipimpin oleh seorang Kepala Desa yang dipilih langsung oleh masyarakat. Sejak terbentuknya Kecamatan Balige sudah dipimpin 19 orang camat dan pada saat ini, dipimpin Pantun Josua Pardede, S.Sos, M.Si. Jumlah penduduk Kecamatan Balige pada tahun 2017 sebanyak 38.567 jiwa yang terdiri dari 19.269 jiwa laki-laki dan 19.298 jiwa perempuan dengan 8.954 RT.

Kecamatan Balige juga merupakan daerah wisata karena letaknya yang sangat indah di tepi Danau Toba. Hotel dan penginapan pun sudah mulai berkembang di Kecamatan Balige. Saat ini Kecamatan Balige sudah memiliki 11 hotel, 7 losmen/motel, dan 1 mess. Objek wisata ada di Bonan Dolok II, Hutanamora, Silalahi Pagar Batu, Lumbangaol, Lumban Bulbul, dan Lumban Silintong.

## 5.2 Peran Pizza Andaliman Meningkatkan Minat Wisatawan ke Danau Toba

### 5.2.1 Sejarah dan Ide Awal Pizza Andaliman

Pizza Andaliman dirintis Sebastian Hutabarat bersama istrinya Imelda Napitulu pada 12 Januari 2014, di Jalan Tarutung No 100 Balige, tepatnya Kelurahan Sangkarnihuta, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba Samosir. Sebelumnya lokasi tersebut telah ada usaha resto, namun karena pelanggan kurang, akhirnya tutup. Kemudian pernah dicoba membuka usaha gorengan, tidak bertahan lama.

Sebagai pegiat lingkungan, Sebastian Hutabarat acapkali diundang dalam berbagai kegiatan. Pada 29 Desember 2013 ada perayaan Natal bertema lingkungan yang diinisiasi Marandus Sirait, pengelola Taman Eden. Acara dilakukan secara *mobile* dengan titik awal Parapat ke beberapa lokasi. Salah satu lokasi yang dikunjungi adalah Ecovillage, yang dikelola Ratna Gultom bersama suaminya Thomas Heine, orang Jerman, di Desa Silimalombu, Samosir.

Saat di sana, rombongan disajikan berbagai jenis makanan, termasuk kue-kue. Sebastian tertarik, dan bertanya siapa yang membuat kue tersebut, seperti terungkap dalam petikan wawancara berikut. *"Kami dijamu dengan kue-kue, buatan Thomas Heine, orang Jerman. Diperkenalkan Ratna Gultom, istrinya. Kagumlah, di desa kecil Silimalombu, ada kue yang dibuat sendiri oleh mereka. Bisa saya belajar buat? Reflek saja saya bicara. Oh, silakan, kalau mau, kata Thomas. Ratna adalah juga pejuang lingkungan, sudah pernah diliput Dai Tv. Saya akhirnya menginap di sana, padahal tidak membawa baju ganti."*

Thomas Heine adalah seorang trainer yang andal. Dia pernah mendapat penghargaan sebagai orang melatih para pengangguran, yang belum mendapat pekerjaan. Dia langsung memberikan tepung kepada Sebastian, untuk diaduk. Kemudian menyusul ragi dan gula untuk dicampur ke tepung. Berikut kutipan pernyataan Thomas Heine, *"Coba Bastian, kamu aduk-aduk langsung. Ragi ini perlu dikasih gula, agar berkembang. Diberi air hangat supaya cepat. Kemudian diberi telur. Kita tunggu, nanti dia kembang."*

Ini menjadi *dow*, menjadi tepung rotinya, lalu di atasnya dibuat saos. Saat itu dibuat dari tomat. Diblender, lalu dimasukkan bawang. Roti dicampur saos, yang dari tomat dan bawang putih. Itulah yang disebut dengan pizza dasar. Thomas kemudian menjelaskan ke Sebastian, saos bisa saja dibuat berbeda, dari bahan-bahan yang ada di Toba.

Selanjutnya Thomas memandu Sebastian membuat *topping* dari sayur-sayuran yang ditanam di lingkungan Ecovillage, Silimalombu. Dalam pertemuan yang singkat tersebut, Sebastian memperoleh pengetahuan dasar membuat pizza, sebagaimana kutipan wawancara berikut. *"Diajari buat rotinya, buat adonannya, downya. Dikasih saos, kasih topping, ya sudah."*

*Kompornya pun, kompor Hock, menggunakan minyak tanah. Seperti tak serius, sebentar lagi sudah makan.”* Lalu, muncullah ide menjadikan andaliman yang merupakan bumbu khas lokal sebagai saos untuk pizza. Setelah melalui eksperimen, ternyata bisa digunakan menjadi alternatif saos.

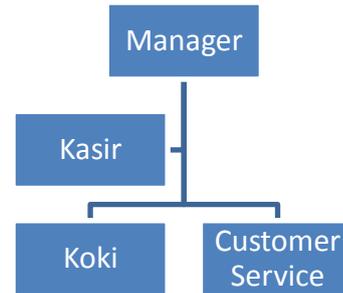
Suatu pagi, 12 Januari 2014, Thomas Heine datang ke Balige menemui Sebastian. Tanpa tedeng aling-aling, dia mengajak Sebastian ke Pasar Balige untuk belanja bahan membuat pizza. Bermodalkan Rp 500.000,-, mereka memboyong bahan yang diperlukan dari pasar, dan langsung digarap. Lokasi bekas resto dan jual gorengan dibuka, lalu dibersihkan. Seperti terungkap dalam rekaman wawancara berikut. *“Thomas memang begitu orangnya, dan langsung bergerak. Bahan-bahan beli di pasar sebesar lima ratus ribu. Oven dan peralatan di rumah, itu digunakan. Langsung buka, dijual tujuh ribu per potong. Eh, ada anak sekolah lewat, dan beli. Merekalah pelanggan pertama kali kami.”*

Thomas mendampingi Sebastian dan istrinya Imelda selama dua bulan. Pada masa dua bulan tersebut, ia mengajak beberapa wisatawan asing yang menginap di Ecovillage Silimalombu bekerja secara *volunteer* (sukarela) di Pizza Andaliman. Itu menjadi daya tarik bagi warga lokal melihat *bule* melayani para pelanggan. Seperti kutipan wawancara berikut. *“Memang heboh, melihat ada orang bule masak pizza, lalu cuci piring. Itu semacam magnet, orang-orang berdatangan, makan dan kemudian posting di media sosial. Pizza Andaliman menyebar dengan cepat, dibantu media sosial.”*

Meski Pizza Andaliman tidak hanya menjual pizza rasa andaliman dengan saos andaliman, Sebastian memilih menggunakannya sebagai nama restorannya. Alasannya karena menunjukkan kekhasan Tapanuli, yakni andaliman. Sebab pizza memang makanan internasional, namun kini menjadi lokal, dengan adanya andaliman. Sebaliknya, andaliman yang lokal, menjadi menginternasional, dengan menggandeng pizza.

### 5.2.2 Struktur Pizza Andaliman dan Deskripsi Tugas Karyawan

Berikut struktur Restoran Pizza Andaliman:



Sumber: Restoran Pizza Andaliman

Berdasarkan data di Restoran Pizza Andaliman, Imelda Napitupulu menjabat sebagai manajer, dan Helen Nainggolan sebagai kasir. Koki ada tiga orang, yakni Jonatan Hutagaol, Jaya Silitonga, dan Retta Sihotang. Sementara yang menjadi customer service adalah Maret Manalu dan Boike Sihombing.

Deskripsi tugas manajer:

1. Bertanggung atas operasional restoran
2. Memperkerjakan dan memberhentikan karyawan
3. Mengatur jadwal dan pembagian kerja karyawan
4. Mengawasi pekerjaan karyawan
5. Mengawasi pemakaian inventaris restoran
6. Memastikan makanan tamu sesuai pesanan
7. Bertanggung terhadap promosi dan pemasaran pizza

Deskripsi tugas kasir

1. Menerima pesanan makanan dan mendistribusikannya ke koki
2. Menangani transaksi keuangan yang terjadi restoran
3. Mencetak bon/billing pesanan tamu
4. Membuat laporan keuangan per hari, minggu dan bulan ke atasan

Deskripsi tugas koki

1. Menjaga kualitas bahan baku dan menu yang dijual
2. Mengolah bahan yang tersedia sesuai pesanan tamu
3. Menciptakan menu-menu inovatif yang berkaitan dengan pizza dan makanan unggulan restoran
4. Membuat pesanan bahan baku yang bakal digunakan di dapur

Deskripsi tugas customer service

1. Membantu tamu dalam memesan makanan ke kasir
2. Mengantar makanan ke tamu dan memastikan sudah sesuai pesanan.
3. Membantu karyawan lain sesuai arahan manajer restoran

### 5.2.3 Proses Pembuatan Pizza Andaliman

Pizza terdiri atas tiga bagian, yakni roti, topping, dan saos. Menurut Sebastian Hutabarat, cara membuat Pizza Andaliman sama saja dengan pizza lainnya. Perbedaannya, hanya semua bahannya mengandalkan apa yang tersedia di pasar lokal. Jadi modalnya relatif murah, sebab tidak ada satupun barang impor.

Andaliman yang merupakan bumbu khas Batak, digunakan Sebastian sebagai saos. Walau dalam roti ada digunakan, namun dalam jumlah yang sangat sedikit. Ini untuk menjaga orang-orang yang belum terbiasa dengan andaliman. Seperti penuturannya, *"Andaliman kan rasanya keras, pedas getir begitu. Jadi wisatawan asing dan orang bukan Batak belum tentu terbiasa, walau mereka sebenarnya ingin menikmatinya, karena penasaran seperti apa itu andaliman."*

Restoran Pizza Andaliman menyediakan beberapa jenis saos sesuai selera. Andaliman hanya salah satu pilihan saja. Meski begitu, andaliman dijadikan Sebastian menjadi mereknya, karena sangat khas dan populer. Seperti penuturannya, *"Andaliman itu mewakili cita rasa lokal, sedang pizza sudah menjadi brand internasional. Keduanya digabung, menjadi makanan inovatif yang luarbiasa."*

Topping menggunakan sayuran lokal, yang dijual di Pasar Balige. Seperti kutipan wawancara berikut. *"Kami selalu bereksprimen, apa yang digunakan sebagai topping bahkan petai saja pernah kami gunakan. Ha...ha. Ini sesuai nasihat Thomas agar mengandalkan apa yang di sekitar kita"*

Bahan membuat roti:

- 250 gram tepung terigu
- 200 ml susu cair hangat
- 1 btr telur ayam
- 4 gram ragi instan
- 3 sdm mentega
- 3 sdm minyak goreng

Cara Membuat:

Pertama, campurkan ragi instan dengan tepung terigu. Kemudian campurkan adonan dengan sedikit minyak dan juga mentega lalu aduk hingga merata. Setelah merata kamu bisa menambahkan susu dan juga telur kemudian aduk hingga adonan berubah menjadi lembut dan kenyal. Diamkan adonan hingga 15 menit dan tutup rapat adonan dengan menggunakan kain serbet yang bersih.

Setelah 15 menit masukan adonan pada loyang khusus untuk pizza. Sebelum dimasukkan ke dalam oven taburi adonan dengan keju. Masukan adonan ke dalam oven dan pangganglah selama 15 -20 menit sampai adonan roti benar-benar mengembang.

Bahan membuat topping

- Bawang bombay 2 siung, cincang halus
- Sosis 2 buah, bisa sosis sapi atau sosis ayam, potong-potong sesuai selera
- Tomat ukuran sedang 2 buah, diris tipis
- Daging cincang secukupnya atau bisa menggunakan jamur

Cara membuat topping :

Siapkan wajan. Tuangkan minyak secukupnya. Panaskan dalam api sedang Jika minyak sudah cukup panas, kecilkan api. Masukkan bawang bombay. Tumis sebentar hingga harum. Masukkan paprika dan tomat. Tumis hingga layu. Terakhir masukkan sosis dan daging cincang. Tumis hingga matang. Angkat dari wajan, tempatkan pada mangkuk atau piring. Diamkan hingga dingin.

Cara membuat pizza :

Ambil adonan roti, masukan pada loyang dan ratakan hingga menutupi seluruh permukaannya. Tusuk-tusuk menggunakan garpu agar adonan dapat mengembang. Oleskan saus tomat di atas permukaan roti. Ratakan hingga menutupi permukaannya. Ambil topping dan taburkan di atas saus tomat tadi. Tambahkan saus tomat lagi. Terakhir, taburkan keju di atas topping.

Panaskan sebentar pizza di oven hingga keju meleleh. Perhatikan pinggiran roti pizza. Jika ia sudah berubah warna menjadi kuning keemasan atau kecoklatan, berarti pizza telah matang. Saus andaliman dapat menjadi pelengkap saat makan. Opsional saja untuk mereka yang suka pedas

### 5.2.4 Minat Wisatawan ke Danau Toba

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan jumlah wisatawan datang ke Toba Samosir tahun 2017 sebanyak 741.566 wisatawan, terdiri dari 12.121 wisatawan mancanegara, dan 729.445 wisatawan domestik. Data terbaru yang menunjukkan ada tren peningkatan untuk wisatawan mancanegara untuk Sumatera Utara. Kepala Dinas Pariwisata Toba Samosir menyebutkan mereka tak memiliki data wisatawan asing ke Tobasa.

Seperti penuturan sebagai berikut, *"Turis asing itu tercatat saat tiba di pintu masuk, di imigrasi. Apakah melalui bandara,*

maupun pelabuhan. Kalau pergerakan antarkabupaten di Sumatera Utara, tak bisa dipantau. Jadi, gunakan saja data yang ada di tingkat Sumatera Utara. Data yang ada hanya perkiraan.”

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di Sumatera Utara melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan Maret 2018 mencapai 22.055 kunjungan, mengalami kenaikan 23,03 persen dibanding yang datang pada bulan Februari 2018 mencapai 17.926 kunjungan. Jika dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2017, jumlah wisman pada bulan Maret 2018 turun 3,19 persen, dari 22.781 kunjungan pada bulan Maret 2017 menjadi 22.055 kunjungan. Wisman dari Malaysia merupakan pengunjung yang terbanyak dengan 12.972 kunjungan atau 58,82 persen dari total wisman yang berkunjung di Sumatera Utara.

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di Sumatera Utara melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan Juli 2018 mencapai 21.650 kunjungan, mengalami kenaikan 47,12 persen dibanding yang datang pada bulan Juni 2018 mencapai 14.716 kunjungan. Jika dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2017, jumlah wisman pada bulan Juli 2018 turun 2,43 persen dari 22.189 kunjungan pada bulan Juli 2017 menjadi 21.650 kunjungan.

Catatan di Dinas Pariwisata Toba Samosir, dari Januari hingga September 2018, kunjungan ke Tobasa, turis domestik sebanyak 729.445. Menurut Kepala Dinasnya, ada banyak motif turis lokal dan asing datang ke Tobasa. Keindahan alam

Danau Toba memang masih mendominasi. Tetapi itu bukan satu-satunya alasan, sesuai hasil pengamatan Dinas Pariwisata.

“Tobasa memiliki banyak tempat yang menarik dikunjungi. Tentu saja Danau Toba masih yang utama. Jangan lupa kebudayaan Batak sangat menarik bagi turis. Museum Batak misalnya, selalu ramai dengan pengunjung, baik lokal dan mancanegara. Ada juga beberapa kegiatan adat seperti acara Parmalim, menarik perhatian. Tentu makanan inovatif yang berakar dari khasanah lokal ikut menjadi penarik minat mereka.”

Kemudian Sebastian menyebutkan masih ada kunjungan berbagai rombongan lokal ada dan asing ke Pizza Andaliman. “Banyak datang sejak 2014. Balige dari dulu sudah menjadi persinggahan. Awalnya, masih terbatas mencari makanan Muslim. Sebelum ada pizza, kunjungan wisata sudah ada, wisatawan asing sesekali sudah datang. Karena saya pegiat wisata, fotografi, tetapi sangat sedikit. Datang rombongan Kementerian, jadi kontak-kotak itu sudah ada sebelumnya. Setelah buka Pizza Andaliman, memang menjadi heboh, dan orang banyak berdatangan.”

Namun pendataan pengunjung di Pizza Andaliman tidak ada secara tertulis. Peneliti hanya menelusuri sebagian tereserbi di Facebook dan Instagram. Dari wawancara, Sebastian hanya ingat beberapa rombongan yang datang ke Pizza Andaliman. “Kadang ada foto-foto dan postingan di Facebook. Kalau di instgram, para pengunjung yang lakukan. Yang pasti turis asing dan lokal sudah ramai ke sini, terutama di Sabtu Minggu, pasti padat.”

Tabel 1

Rombongan Wisatawan Lokal dan Asing yang Pernah ke Pizza Andaliman

No	Pengunjung	Jumlah	Waktu
1	Anton Adventure	50 orang	2016
2	Singapura 11 rombongan	500 orang*	2017
3	Unocal, Jepang	50 orang	2017-2018
5	Vinculos, Spanyol	100 orang	2017
6	BODT (Otorita Danau Toba)	100 orang	2017-2018
7	Finalis Miss Grand Indonesia	30 orang	2018
8	Kementerian Perhubungan	25 orang	2018

\*Acara di Hutaginjang, Pizza Andaliman yang sajikan makanan

#### Sumber Pizza Andaliman

Dalam wawancara dengan beberapa informan, baik turis asing dan lokal, terungkap tujuan utamanya ke Toba Samosir untuk menikmati Danau Toba. Namun bukan hanya keindahan alamnya saja, tetapi juga

mengeksplorasi semua yang ada di sana, mulai dari seni, struktur masyarakat, pandangan-pandangannya, religi, pertanian, kuliner, produk lokal seperti ulos, kebiasaan atau adat, hingga potensi yang dimilikinya.

Pizza Andaliman di mata wisatawan merupakan pelengkap kekayaan destinasi wisata Danau Toba. Ada yang baru tahu setelah berkunjung ke sana. Sebagian sudah mengetahui dari rekomendasi teman dan

dari media sosial. Keberadaan Pizza Andaliman menambah minat mereka untuk kembali pada liburan berikutnya mengeksplorasi kekayaan Danau Toba, khususnya di Toba Samosir.

Tabel 2

Hasil Wawancara Tentang Pizza Andaliman Tingkatkan Minat ke ke Danau Toba

No	Nama Informan	Hasil Wawamcara
1	I Gede Kresna, Pegiat Wisata Bali	<i>Nilai jual tinggi, karena tak ada di tempat lain. Andaliman hanya ada di sini. Jadi nilainya sangat lokal, dan itu yang dicari (turis). Fokus ke Andaliman saja, orang-orang akan datang. Jadi varian andaliman harus dikembangkan, tidak hanya pizza, ada makanan tradisionalnya yang lain.</i>
2	Karmila, ASN Kementerian Perdagangan Jakarta	<i>Saya melihat potensi yang luarbiasa di Toba, memang ada hal-hal suatu daerah yang memiliki karakteristik tertentu. Pizza Andaliman salah satunya.</i>
3	Ana Naimbaton, Medan	<i>Asal saya ke Balige, ini sudah beberapa kali kunjungan, selalu singgah ke Pizza Andaliman. Rasanya khas dan selalu dirindukan. Saya berharap makin banyak makanan inovatif di Danau Toba ini.</i>
4	Mega Pardede, Jakarta	<i>Ke Tobasa, tentu pulang kampung, melihat orangtua, dan selalu disempatkan ke sini. Bisa memandang Danau Toba dari kejauhan, sembari menikmati Pizza Andaliman. Termasuklah Pizza Andaliman membuat rindu ke sini lagi.</i>
5	Noor Mohammad, Malaysia	<i>Danau Toba indah dan berkesan. Makan pizza di sini karena kawan, rasanya agak aneh, dan unik. Katanya ini memakai bumbu lokal, tak ada di Malaysia. Kunjungan lainnya, akan ke sini lagilah.</i>
6	Taeso, Korea yang tugas di Tapanuli Utara	<i>Kalau sedang off dari kerjaan, kami keliling Danau Toba. Pas pulangnye, singgah ke sini. Ada pizza andaliman, kopi dan makanan lokal. Awalnya agak asing di lidah, tetapi lama-lama menjadi terbiasa. Andaliman memang khas.</i>
7	Sui Hua, Singapura	<i>Saya suka pizza-nya, pedas-peda gitu. Ke sini karena ikut rombongan, dan makan. Awalnya khawatir tak bisa makan makanan di Danau Toba, rupanya ada yang standar. Ini mau pesan lagi, untuk dimakan di hotel.</i>
8	Jerry, Amerika Serikat	<i>Lain ya pizza di sini, mungkin karena ada cita rasa lokal. Ini bagus, bisa menjadi pilihan. Kami ke sini keliling Danau Toba, singgah karena lihat tadi di google.</i>
9	Agathe, Jerman	<i>Danau Toba terkenal di Jerman, datang ke sini melihat Batak, yang unik. Ketemu di sini Pizza Andaliman, memadailah. Perlu ditingkatkan, agar cocok dengan kami yang dari Eropa.</i>
10	Marina Sitorus, Aek Kanopan	<i>Sudah sering kami ke sini, lewat mau ke kampung. Enak Pizza Andalimannya, harganya tak terlalu mahal. Cucu-cucu selalu mengajak singgah. Bisa lagi ngobrol di sini, tempatnya lumayan.</i>
11	Ahmady, Bandung	<i>Saya lihat di instagram, ada Pizza Andaliman. Penasaran, pas jalan-jalan ke sini, sambil kerja, singgah. Jika banyak makanan seperti Pizza</i>

		<i>Andaliman ini, orang akan makin banyak ke sini. Jadi bukan hanya melihat Danau Toba saja.</i>
12	Maria Elizabeth, Papua	<i>Banyak yang menarik di Danau Toba, bagi saya semua menarik. Pizza Andaliman ini hal baru, saya baru coba. Kalau Andaliman biasanya dibuat di daging atau ikan. Enak juga ternyata, dan sudah kuposting di instgram ku.</i>
13	Gaby Hernita, Jakarta	<i>Andaliman ditaruh di pizza, baru ini kutemukan. Saya ke sini bersama rombongan, ingin keliling Danau Toba. Saat di Balige, pemandu ajak ke sini. Kulinerinya enak, dan tolong dikembangkan, pasti akan menarik minat turis ke sini.</i>
14	Anto Toruan, Medan	<i>Saya senang berburu kuliner di mana saya berkunjung. Pizza Andaliman saya baca di Facebook, penasaran bagaimana andaliman dipadukan dengan pizza buatan luar. Harus makin banyak kreativitas seperti. Orang tidak hanya menikmati Danau Toba, tetapi juga bisa berburu makanan lokal dengan cita rasa internasional.</i>
15	Henderson, Inggris	<i>Saya menikmati semuanya di Danau Toba. Kami ada menginap di Samosir, dan ke Balige untuk melihat museum Batak. Lalu diajak makan Pizza Andaliman, lezat. Makanan selalu menjadi faktor penting untuk mengunjungi suatu wisata.</i>

**Sumber: Hasil wawancara**

### **5.3 Faktor Pendukung Pizza Andaliman Tingkatkan Minat Wisatawan ke Danau Toba**

Pizza Andaliman mengutamakan bahan lokal, seperti andaliman, tepung, sayur-sayur, buah, dan bumbu lainnya. Andaliman memang hanya ada di Tapanuli. Meski belum berhasil dibudidayakan secara massal, tanaman ini tumbuh subur di Kabupaten Toba Samosir, seperti daerah Parsoburan. Jadi stok selalu ada di pasar-pasar Toba Samosir.

Kekhasan andaliman menjadi modal utama Pizza Andaliman untuk berkembang di masa depan. Andaliman saat ini sudah mulai dikembangkan menjadi bubuk dan dipasarkan di berbagai outlet, bahkan melayani penjualan dalam jumlah besar. Sebastian mengaku terbantu dengan inovasi tersebut. *“Sudah ada andaliman dalam bentuk bubuk, kita senang. Jadi, kita juga membelinya, sebagai alternatif. Walau kita masih menggunakan andaliman yang masih segar, dan diolah terpisah, menjadi campuran roti, serta dijadikan saos.”*

Senada disampaikan Wakil Bupati Toba Samosir yang menyebutkan andaliman merupakan khas di Tapanuli. *“Andaliman, merupakan andalan Toba, sedang dilakukan konservasi secara budidaya, di Taman Eden, Lumbanjulu. Ada juga di ketinggian 1200-*

*1300 dpl di Habinsaran, Parsoburan. Pengolahan sudah bentuk bubuk, packaging sudah lebih bagus. Bagi-bagi peranlah. Peran pemerintah apa, komunitas bisnis apa, dan ahli apa. Beberapa bulan terakhir, pasarnya sudah naik. Jika teknologi bisa mendapat bantuan, bisa diolah, bisa disimpan. Kendala, harga sangat fluktuatif. Desember 200 ribu, sekarang 20 ribuan. Perlu diolah, bisa tahan lama, dan harga stabil, sehingga petani semangat.”*

#### **5.3.1 Potensi Makanan Lokal di Danau Toba**

Makanan inovatif sedang berkembang pesat di Kabupaten Toba Samosir. Dinas Pariwisata setempat mencatat paling sedikit ada sembilan makanan inovatif di sana. Antara lain, Hare, Lampet, Mie Gomak, Naniura, Arsik, Natinombur, Manuk (ayam) Napinadar, Dali ni Horbo dan Sangsang (non halal). Cara memasaknya semua masih tradisional.

Tanah Batak juga terkenal dengan berbagai bumbu, yang digunakan dalam makanan, Andaliman adalah salah satunya, yang hanya tumbuh di Tapanuli. Sayangnya, tanaman ini belum berhasil dibudidaya secara massal. Meski sudah ada upaya di Taman Eden, Toba Samosir. Wakil Bupati Tobasa menyebutkan pihaknya terus melakukan eksperimen, agar bisa

dibudidayakan. Dengan demikian pasokan andaliman tetap stabil di pasar.

Bumbu lokal lain yang bisa dikembangkan, seperti Bawang Batak, Unte Jungga, Rimbang, Bunga Rias (Kecombrang), dan Asam Cikala. Perlu kreativitas untuk mengembangkannya menjadi makanan inovatif. Kisah sukses Pizza Andaliman, bisa diikuti yang lain. I Gede Kresna menyebutkan perlu waktu untuk lahirnya inovator. *"Mungkin sudah ada, namun belum muncul ke permukaan. Kita harus bersabar, sebab kata kuncinya adalah harus diterima pasar. Jika pasar tak menerima, maka gagallah makanan inovasi tersebut."*

#### **5.4 Kendala Pizza Andaliman Tingkatkan Minat Wisatawan ke Danau Toba**

##### **5.4.1 Kendala Sumber Daya Manusia**

Struktur organisasi Pizza Andaliman masih sangat sederhana, ada manajer, kasir, koki dan customer service. Mereka tidak ada yang berpendidikan khusus untuk bekerja di restoran. Karyawan dilatih sendiri oleh Sebastian Hutabarat dan istrinya Imelda Napitupulu. Pekerja setelah diwawancarai, dilatih dengan sistem training on job.

Bagian tersulit adalah melatih koki, agar memiliki kemampuan menghasilkan masakan sesuai pesanan pelanggan. *"Koki masih terus berkreatasi, dan dibebaskan berinovasi, yang tentu saja sesuai pesanan. Pernah ada meminta mozzarella, itu kan terbuat dari susu dan keju. Mereka cari sendiri di internet cara membuatnya, lalu diolah dengan bahan yang ada di lokal. Jadilah mozzarella-mozarella, dan ternyata disukai pelanggan."*

Kendala terbesar adalah bagaimana melayani turis asing, yang umumnya menggunakan bahasa Inggris. Praktis yang bisa berkomunikasi lancar adalah Sebastian Hutabarat dan Imelda Napitupulu. *"Dalam proses belajar, semua bisa asal ada kemauan. Mereka cas cis cus, lama-lama akan terbiasa berbahasa Inggris. Sekarang bisanya bahasa Tarzan, ya itulah dulu, nanti akan terbiasa."*

##### **5.4.2 Kendala Promosi dan Pemasaran**

Sebastian Hutabarat mengakui Pizza Andaliman tidak memiliki promosi dan pemasaran yang tersistem. Mereka hanya mengandalkan media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. Usaha ini belum memiliki rencana memiliki akun media sosial tersendiri Facebook, Twitter, dan Instagram. Akun yang ada masih perorangan pemilik dan pengunjung yang datang ke Pizza Andaliman.

Padahal promosi dan pemasaran merupakan hal penting dalam mengembangkan usaha. Sebastian memahaminya dan untuk saat ini masih fokus membenahi restorannya agar akomodatif terhadap kebutuhan wisatawan. Untunglah Pizza Andaliman terbantu dengan gencarnya promosi yang dilakukan Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Danau Toba (BOPKPDT).

Seperti diungkapkan Sebastian, *"Pejabat BOPKPDT sering membawa tamu ke sini. Kita dilibatkan dalam berbagai kegiatan mereka. Dalam paket wisata yang ditawarkan ke Singapura dan Malaysia, Pizza Andaliman termasuk tempat yang dikunjungi, atau paling tidak ikut berpartisipasi menyediakan makanan."* Meski begitu Sebastian tidak terlalu berharap dengan apa yang dilakukan BOPKPDT, walau tak mengabaikannya. Dia percaya akan tiba saatnya Danau Toba berkembang pariwisatanya, saat masyarakatnya sudah siap dengan budaya wisata.

Pizza Andaliman juga tak terlalu berharap kepada pemerintah setempat. Pemkab Toba Samosir di mata Sebastian masih terjebak dalam pola lama dalam membangun pariwisata. Program hanya membuat even, dan belum maksimal mendatangkan wisatawan. *"Kami tak pernah mendapat pembinaan dari mereka. Jadi tak tahu apakah ada program promosi dan pemasaran. Pizza Andaliman in berjalan sendiri, tanpa ada topangan dari Pemkab Toba Samosir!"*

Pejabat Dinas Pariwisata setempat mengaku telah melakukan pembinaan terhadap usaha-usaha pariwisata, termasuk Pizza Andaliman. *"Ada banyak makanan inovatif yang tumbuh di sini. Dinas Perindustrian juga terlibat melakukan pendampingan. Walau memang promosi dan pemasaran belum maksimal, bukan berarti tidak ada."* Pemerintah Toba Samosir bersama BOPKPDT berkolaborasi untuk membangun pariwisata Danau Toba.

I Gede Kresna menyebutkan, kekurangan kemampuan berpromosi dan pemasaran bukan hanya di Pizza Andaliman. Hal yang sama juga terjadi di Bali. Itu sebabnya, ia menganjurkan serahkan ke ahlinya, yakni orang asing. *"Di Bali juga begitu, orang asing dulu yang mempopulerkan, baru terkenal dan terangkat ke permukaan, Orang-orang lalu berdatangan. Hal yang sama untuk Pizza*

*Andaliman, biarkan orang asing yang mempromosikan, mereka lebih hebat soal itu."*

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Makanan inovatif Pizza Andaliman belum menjadi alasan utama wisatawan berkunjung ke Danau Toba. Namun, minat wisatawan berkunjung ke Danau Toba meningkat setelah mengetahui ada makanan inovatif lokal seperti Pizza Andaliman.
2. Wisatawan umumnya mengetahui Pizza Andaliman dari rekomendasi teman (word of mouth), dan karena postingan pengunjung Pizza Andaliman di media sosial seperti Facebook dan Instagram.
3. Pizza Andaliman memanfaatkan bahan makanan yang ada di Danau Toba antara lain, tepung lokal, sayuran setempat, termasuk andaliman. Jadi bahan dan penyajian, tidak mengikuti aturan standar membuat serta menyajikan pizza seperti di negara asalnya.

#### **6.2 Saran**

1. Pizza Andaliman perlu segera mengurus hak paten, untuk memberi jaminan makanan inovasi tersebut tetap menjadi milik masyarakat Danau Toba dan tidak diklaim pihak lain.
2. Pizza Andaliman sebaiknya mencari inovasi baru untuk saos dan topping, dengan menggali bahan-bahan makanan lokal.
3. Masyarakat Toba harus didorong memiliki keberanian memunculkan makanan inovasi yang berasal dari khasanah lokal untuk menambah daya tarik pariwisata Danau Toba.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Ali Hasan.2015. Tourism Marketing, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service

Ardial, H. 2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi, Jakarta : PT Bumi Aksara.

Ahmad Arief dkk. 2014: Toba Mengubah Dunia, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara

Assael, H. (1998). Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition. New York: International Thomson Publishing.

Bachrul Hakim.2009. Bisakah Wisata Kuliner Indonesia Dijual, melalui <http://www.Sinarharapan.co.id>

Bondan Winarno. 2008. Industri Kuliner Diusulkan Masuk dalam RUU Pariwisata, melalui

<http://www.Jajanan.com>

Durianto, Darmadi , Anton Wachidin Widjaja dan Hendrawan Supratikno. 2003, Inovasi Pasar

Iklan dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran. Jakarta :

PT Gramedia Pustaka Utama.

Henry Assael. (1998). Consumer Behaviour and Marketing Action, 6th edition. Booson :

Wadsweeth Inc.

Joko Purwanto dan Hilmi. 1994. Pengantar Pariwisata Edisi Kesatu. Bandung Angkasa. Musanef. 1995. Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia. Jakarta: PT Agung

Kotler P. (1984). Marketing Management Analysis, Planning, and Control. Prentice Hall

Kriyantono, Rachmat.2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta : Kencana Prenadamedia

Group

Leon. G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. Consumer Behaviour 7 Edition, New York:

Prentice Hall. 2000

Nugroho J Setiadi. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep & Implikasi untuk Strategi Penelitian

Pemasaran. Bandung: Prenada Media

Oka A. Yoeti. 1983. Pemasaran Pariwisata. Bandung: Angkasa Offset. Damardjati. 1995.

Pitana I Gede dan Gayatri. (2005). Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: CV Andi. Utama.

I Gusti Bagus Rai. 2012. Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan, Yogyakarta :

CV Andi Offset

[www.tobasamosirkab.bps.go.id](http://www.tobasamosirkab.bps.go.id) ,diakses 20 April 2018

[www.ramesia.com](http://www.ramesia.com) , diakses 16 Mei 2018

[www.jawaban.com](http://www.jawaban.com) , diakses 20 Mei 2018