

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Untuk mendukung perekonomiannya, Indonesia mulai memperhitungkan pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa negara. Hal yang paling menonjol adalah industri kulinernya yang dapat dilihat dengan banyaknya restoran, *café*, kedai, dan warung-warung yang mulai bermunculan di berbagai tempat. Keberadaan mereka ini sangat membantu perekonomian Indonesia sekaligus memudahkan masyarakat yang ingin menghemat waktu atau bahkan yang ingin menghabiskan *quality time*-nya bersama rekan-rekannya.

Industri ini seakan menunjukkan potensinya yang tidak akan berhenti, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok dan penyokong hidup manusia. Potensi ini kemudian dimanfaatkan oleh banyak pemilik dan penggerak industri kuliner dengan berlomba-lomba untuk mengemas sebuah produk yang autentik serta terus berinovasi agar bisa terus bersaing dengan lawannya.

Selain makanan yang sering ditonjolkan dalam industri ini, minuman juga hal penting setelah makanan yang tidak boleh diabaikan. Bahkan saat ini telah tercipta sebuah tempat yang bernama *café*, umumnya dikenal sebagai tempat yang lebih menonjolkan minuman kafeinnya yaitu kopi. Serta ada lagi yang bernama bar, yaitu tempat yang mengusung *mixing drink* beralkohol maupun non alkohol sebagai sajian utamanya.

Semakin berkembangnya waktu pada saat ini, membuat orang-orang mulai berusaha untuk berkreaitivitas lebih banyak dengan menciptakan beragam sajian

makanan dan minuman yang beragam. Hasilnya dapat diperkenalkan kepada publik lalu kemudian dijual untuk mendapatkan keuntungan, bahkan kreasi yang diciptakan dapat didaftarkan sebagai salah satu produk hak cipta agar kelak ide kreativitas tersebut tidak terjadi plagiarisme dari pihak lain.

Pada mulanya bar diperkenalkan beberapa abad yang lalu di Amerika Utara yang pada awalnya hanya dibuat dengan bahan dasar kayu yang kuat persis seperti *counter* yang kemudian dikenal sebagai *barrier*. Tujuan dari dibuatnya *barrier* ini adalah sebagai pembatas atau pemisah antara seorang *barman* dan pelanggannya. Hingga hari ini, *barrier* lebih dikenal sebagai *bar counter*.

Penulis menemukan di dalam sebuah situs Blogspot dijelaskan mengenai asal muasal sebutan bar yang kita ketahui saat ini mulanya berasal dari Amerika Utara yaitu sekitar 300 tahun yang lalu. Setiap bar pada saat itu pada umumnya merupakan sebuah *counter* yang dibuat dari kayu yang sangat kuat dan kokoh. Fungsi dari *counter* itu adalah sebagai penghalang atau pembatas. Dalam Bahasa Inggris, pembatas atau penghalang disebut dengan *barrier* yang kemudian muncullah kata “Bar” dari kosakata *Barrier*. Fungsi utama *barrier* kala itu belum digunakan sebagai tempat meletakkan minuman tamu melainkan hanya sebagai pembatas antara *customer* dengan *barman* atau *bartender* saja. Saat ini *barrier* lebih dikenal dengan istilah *bar counter*. (Diakses pada tanggal 24 Maret 2020)

Melalui bukunya, Chris Thomas juga menjelaskan rincian mengenai seperti apa seharusnya bentuk bar itu, “*for leaning against with one foot on the footrest, in the time-honored tradition of the nineteenth-century barroom. All underbar equipment is designed to fit beneath or behind a 42-inch bar. A sit-down bar will have barstools tall enough so that customers can use the top of the bar as a table.*”

The length of the bar will determine how many stools you will need since each stool is allotted a 2-foot length of bar. Barstools are designed so that their seats are high off the ground, so they typically have rungs for footrests; or the footrest of the bar is within easy reach of the customers' feet.” (2007 : 103).

Dapat dilihat dari penjelasan tersebut bahwa bentuk desain sebuah bar seharusnya disesuaikan dengan peralatan yang berada di bawah meja bar (*underbar equipment*), ukuran tinggi tempat meletakkan peralatan di bawah meja bar tidak lebih dari 42 inci atau 1,0668 meter. Bar pun harus menyediakan sebuah kursi bar (*barstool*) untuk para pelanggan, serta panjang sebuah meja bar idealnya disesuaikan seberapa banyak jumlah *barstool* yang berjejer, tiap *barstool* memiliki jarak ideal yaitu 70cm. Bentuk *barstool* pun harus menyerupai kursi tinggi yang ukuran tingginya sesuai dengan jangkauan kaki serta pijakan kaki pelanggan lokal disekitar bar tersebut.

Mengenai pengertian sebuah minuman, Winarti (2006 : 9) melalui bukunya menjelaskan bahwa sebuah minuman atau *beverage* merupakan segala sesuatu yang selalu bisa dikonsumsi serta dapat menghilangkan rasa haus. Minuman atau *beverage* umumnya berbentuk cairan, tetapi ada juga minuman yang berupa es krim maupun es lilin.

Berikut ini merupakan penggambaran klasifikasi minuman beralkohol atau *alcoholic beverage* menurut Chris Thomas.

Gambar 1.1
Classification of Alcoholic Beverage

ALCOHOLIC BEVERAGES									
Fermented					Distilled				
<i>Beers and ales</i>	<i>Wines</i>	<i>Whiskies</i>	<i>Gins</i>	<i>Vodka</i>	<i>Rum</i>	<i>Tequila</i>	<i>Brandies</i>	<i>Liqueurs</i>	<i>Others</i>
Lager beers	Table	Scotch	London dry		Arrack	Mescal	Cognac	Amaretto	Aquavit
Light beers	Reds	Irish	Hollands		Cachaca	Mixto	Armagnac	Anisette	Bitters
Ales	Whites	Bourbon	Plymouth gin				Calvados	Bailey's Irish Cream	Neutral spirits
Porter	Rosé	Rye					Kirsch	Bénédictine	
Stout	Aperitif	Blends					Brandy (U.S.)	Chambord	
Bock beer	Vermouth	Canadian					Applejack	Chartreuse	
Steam beer	Dubonnet	Light					Slivovitz	Chéri-Suisse	
	Lillet						Pear-William	Cointreau	
	Byrrh						Metaxa	Crèmes	
	Dessert						Pisco	Curacao	
	Sherry ^a						Weinbrand	Drambuie	
	Port						Singani	Frangelico	
	Madeira						Grappa	Galliano	
	Marsala						Pomace	Grand Marnier	
	Muscatel						Brandies	Irish Mist	
	Sparkling						Marc	Kahlúa	
	Champagne							Limoncello	
	Sekt							Noisette	
	Sparkling burgundy							Ouzo	
	Spumante							Peter Heering	
	Saké							Pernod	
								Sabra	
								Sambuca	
								Schnapps	
								Sloe gin	
								Southern Comfort	
								Tia Maria	
								Triple sec	
								Tuaca	
								Van der Hum	
								Fruit liqueurs	

^aOften served also as an aperitif

Sumber: Chris Thomas, 2007

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa menurut Chris Thomas (2007 : 175) yang termasuk dalam *alcoholic beverages* yaitu *beer* dan *ale*, *wine*, *whisky*, *gin*, *vodka*, *rum*, *tequilla*, *brandy*, *liqueur* dan lain-lain, yang kemudian dibagi lagi tiap kategorinya berdasarkan bahan pembuatan dan jenisnya.

Bukti lain dari berkembangannya pariwisata di Indonesia yaitu banyaknya turis dari berbagai negara yang datang berlibur ke Indonesia. Para turis ini membawa kebiasaan mereka yang suka meminum minuman beralkohol. Akibatnya, banyak dari penginapan seperti hotel dan *resort* hingga ke restoran berinisiatif dan

berlomba-lomba untuk menyediakan minuman beralkohol dengan menghadirkan bar ke dalam usahanya tersebut.

Melihat kehadiran dari alkohol di Indonesia, Pemerintah kemudian mengambil tindakan dengan membuat peraturan khusus untuk mengatur kegiatan perjualan minuman beralkohol di Indonesia. Hal tersebut kemudian dicantumkan di dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Pasal 3 ayat (1) No. 74 Tahun 2013 tentang Pengendalian dan Pengawasan Minuman Beralkohol (“Perpres 74/2013”), diatur bahwa minuman beralkohol yang merupakan produksi dari dalam negeri maupun produk alkohol yang diimpor dikelompokkan dalam golongan sebagai berikut:

1. Minuman Beralkohol golongan A adalah minuman yang mengandung etil alkohol atau etanol (C_2H_5OH) dengan kadar sampai dengan 5% (lima persen);
2. Minuman Beralkohol golongan B adalah minuman yang mengandung etil alkohol atau etanol (C_2H_5OH) dengan kadar lebih dari 5% (lima persen) sampai dengan 20% (dua puluh persen); dan
3. Minuman Beralkohol golongan C adalah minuman yang mengandung etil alkohol atau etanol (C_2H_5OH) dengan kadar lebih dari 20% (dua puluh persen) sampai dengan 55% (lima puluh lima persen).

Melihat potensi tersebut, Penulis berkeinginan untuk bereksperimen menciptakan sebuah produk minuman *liqueur* atau *sweet spirit* dalam tugas akhir ini. Pengertian eksperimen yaitu sebuah tes atau serangkaian tes berbagai perubahan terhadap variabel input dari suatu proses atau sistem yang bisa mengidentifikasi penyebab dari perubahan-perubahan output dari respon eksperimen tersebut (Kurniawan dalam Afani, 2018). Alan J. Buglass (2011 : 615) juga menjelaskan mengenai definisi *liqueur* yaitu, “*For the purposes of this book, liqueurs are defined as alcoholic beverages with alcohol contents from as little as 15% to over 40% (v:v) and with sugar contents of at least 10% (w:v).*”. Dari teori tersebut, dapat dipahami bahwa *liqueur* merupakan minuman dengan kandungan

kadar alkohol di dalamnya dengan kisaran dari 15% hingga 40% dan kandungan gula di dalamnya sekitar 10%.

Untuk membuat sebuah *liqueur*, terdapat empat macam metode yang dapat digunakan, ke empat metode tersebut diantaranya yaitu metode *distillation*, *infusion*, *maceration*, dan *percolation*. Semua metode tersebut masing-masing dijelaskan oleh DegGroff (2002 : 85) sebagai berikut :

1. *Distillation is the process of blending alcohol with flavoring agents together then before distilling them”.*
2. *Infusion is steeping of mashed fruits or herb in water or alcohol, often with the application of heat, then filter the liquid and mixing it with neutral grain spirit with sugar”.*
3. *Maceration is the steeping of herb or fruits in alcohol, then filter the liquid to mixing it with neutral spirit with sugar*
4. *Percolation is the process inside a coffeepot, circulating alcohol through a container holding the materials from which the flavor is extracted over and over”.*

Dari penjelasan yang tertera di atas, bisa diketahui bahwa *distillation* adalah metode yang menggunakan alat khusus bernama *pot still* yang mampu menghasilkan suhu panas untuk mengekstraksi alkohol dan *flavouring agent*. *Infusion* juga memiliki metode yang serupa, yaitu dengan menggunakan suhu panas. Tetapi yang membedakan dari metode ini yaitu prosesnya yang dilakukan dengan cara merendam *flavouring agent* atau bahan utama di dalam alkohol dan didiamkan selama beberapa jam hingga hari, kemudian hasil akhirnya berupa cairan yang bersih karena telah disaring (*strain*). *Maceration* adalah proses

merendam *flavouring agent* (buah atau rempah) ke dalam alkohol dan didiamkan dalam jangka waktu tertentu bahkan bisa sehari-hari tanpa menggunakan suhu yang panas. *Percolation* adalah metode penyaringan dimana *flavouring agent* diletakkan di dalam alat khusus bernama *percolator*, kemudian alkohol dialirkan melalui *flavouring agent* sedikit demi sedikit (bisa menggunakan metode panas maupun dingin).

Pada metode *percolation*, *flavouring agent* atau bahan utamanya akan direndam terlebih dahulu dengan alkohol di dalam *percolator* yang telah diberi beberapa lapisan penyaring, alkohol kemudian akan dibiarkan meresap dan mengalir melalui lapisan-lapisan saringan *percolator* hingga cairan hasil akhir akan menetes sedikit demi sedikit ke dalam wadah atau botol penampungan. Penulis memilih untuk menggunakan *percolation* sebagai metode dalam pembuatan *liqueur*. dikarenakan:

1. Waktu yang dibutuhkan tergolong singkat, bisa membutuhkan waktu hanya 24 jam saja atau lebih sedikit.
2. Peralatan yang digunakan tidak serumit destilasi dan tidak perlu menggunakan energi panas.
3. Hasil yang didapatkan dengan menggunakan metode *percolation* memiliki aroma dan rasa yang cukup kuat.

Penulis juga menemukan beberapa *brand liqueur* yang saat ini sering diproduksi dan dijual untuk dikonsumsi. Berikut ini merupakan tabel beberapa *liqueur* dengan beragam *flavour* beserta *brand* dan *originnya*.

Tabel 1.1
Examples of Fruit Liqueurs and Liqueurs of The Curacao Type

<i>Liqueur Type</i>	<i>Examples of brands or companies producing these liqueurs</i>	<i>Comments</i>
<i>Apricot</i>	Giffard (Loire), Maraska (Croatia)	
<i>Banana</i>	Bols (Grune Bananes) (Holland), Giffard	
<i>Bilberry</i>	Boudier (Liqueur de Myrtilles) (Burgundy)	
<i>Blackberry</i>	Boudier, Chambord ¹ (Loire), Combier (Loire), Marchand (Burgundy), Marie Brizard (France), Nusbaumer (Alsace), Tremontis (Italy)), V´edrenne (Burgundy)	1. <i>Contains a number of other components</i>
<i>Blackcurrant</i> (Crème de Cassis)	Bols, Boudier, Giffard, Massenez (Alsace), V´edrenne	
<i>Cherry</i>	Bols ¹ , De Kuyper (Holland), Heering (Denmark), Luxardo (Italy) ¹ , Marnier (France), Maraska	1. Make both red (infused) and clear (distilled) types
<i>Peach</i>	Boudier, Combier, La Gina (Italy), Marie Brizard, Massenez, V´edrenne	
<i>Pear</i>	Boudier	

**Tabel 1.1
(lanjutan)**

Raspberry	Boudier, Schladerer (Germany)	
Strawberry	Boudier, Védrenne	
Curacao style and citrus peel	Alize (France), Arancello (Italy) ¹ , Bols ² , Cointreau (Loire), Grand Marnier, Marie Brizard, Materdomini (Italy) ³ , Senior ⁴	1. Orange liqueur 2 This company also makes a blue liqueur 3 Made with lemon peel 4 Made with laraha

Sumber: Alan J. Buglass, 2011

Dengan melihat banyaknya peminat alkohol di Indonesia maupun di luar negeri, Penulis kemudian mencari data-data resmi dari situs Kemendag mengenai jumlah alkohol yang diekspor dari Indonesia ke luar negeri maupun diimpor dari luar negeri khususnya alkohol jenis *liqueur*. Semua data yang Penulis dapat yaitu data yang telah direkap selama 10 tahun dari tahun 2006 hingga tahun 2015.

Tabel 1.2
Perkembangan Volume Impor Produk Minuman Beralkohol
Indonesia Berdasarkan Jenis Produk

HS 2017	Deskripsi Barang	Volume Impor (Ribu Ton)										Trend (%)	Trend (%)	Pemb. (%)	Pangsa (%)
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2006-2010	2011-2015	15/14	2015
	Total Impor Produk Minuman Beralkohol Indonesia	0.29	0.03	0.60	0.13	1.31	1.20	1.96	1.57	1.81	1.28	57.92	2.83	-29.25	13.09
2208301000	Whiskies of an alcoholic strength by volume not exceeding 48% vol	0.00	0.00	0.04	0.01	0.32	0.38	0.45	0.65	0.52	0.43		3.73	-18.75	4.36
2204301000	Other grape must, alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.40	0.22	0.21	0.24			16.40	2.51
2208601000	Vodka of an alcoholic strength by volume not exceeding 48% vol	0.00	0.00	0.00	0.00	0.09	0.07	0.09	0.10	0.11	0.11		10.99	3.13	1.12
2208203000	Other spirits of an alcoholic strength by volume not exceeding 48% vol	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11	0.06	0.10	0.06			-39.05	0.63
2208701000	Liqueurs & cordons of an alcoholic strength by volume not exceed.57% vol	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.04	0.06	0.05	0.05	0.06		7.98	-0.45	0.63
2204211000	Wine, in containers <= 2 l, alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.00	0.13	0.00	0.43	0.30	0.12	0.04	0.10	0.08	273.22	-25.30	-21.31	0.79
2208501000	Gin&genieve of an alcoholic strength by volume not exceeding 48% vol	0.00	0.00	0.02	0.00	0.02	0.03	0.04	0.04	0.06	0.05		19.32	-12.71	0.54
2203009000	Other beer made from malt,including ale	0.02	0.00	0.05	0.03	0.05	0.13	0.14	0.16	0.31	0.12		7.65	-61.72	1.29
2208201000	Brandy of an alcoholic strength by volume not exceeding 48% vol	0.21	0.00	0.02	0.00	0.07	0.13	0.01	0.00	0.01	0.01		-37.78	4.78	0.11
2208401000	Rum&tafia of an alcoholic strength by volume not exceeding 48% vol	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	0.02	0.03	0.03	0.03		11.91	-15.88	0.29
2208909000	Other spirituous beverages	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.03	0.03	0.02		54.94	-38.12	0.18
2204212000	Grape must,in container <=2 l,alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.00	0.06	0.03	0.01	0.01	0.01	0.02	0.03	0.02		52.18	-27.55	0.25
2203002000	Sake (rice wine)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.02	0.01	0.03	0.03		1.85	5.03	0.29
2204100000	Sparkling wine	0.05	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02	0.02	0.00		-11.56	-75.39	0.05
2204302000	Other grape must, alcoholic strength by volume > 15%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01				0.06
	Lainnya	0.00	0.01	0.14	0.02	0.12	0.02	0.04	0.08	0.09	0.00	484.10		-100.00	0.06

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016), diolah Puska Daglu

Dapat dilihat dari data-data di atas bahwa tren impor minuman yang mengandung alkohol khususnya *liqueur* pada tahun 2011 hingga tahun 2015 berada diatas 5% tetapi tidak mencapai 10% yaitu tepat di angka 7,98% dengan pangsa pasarnya yang hampir mencapai angka 1% yaitu berada di angka 0,63% pada tahun 2015.

Tabel 1.3
Perkembangan Volume Ekspor Produk Minuman Beralkohol
Indonesia Berdasarkan Jenis Produk

HS 2007	Deskripsi Barang	Volume Ekspor (Ribu Ton)										Trend (%) Perub. (%) Pangsa (%)		
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	06-10	15'14	2015
	TOTAL PRODUK MINUMAN BERALKOHOL	7.88	5.44	17.27	11.18	4.00	6.22	9.15	9.13	10.82	12.79	3.60	18.20	100.00
2203009000	Other beer made from malt including ale	0.90	1.89	1.92	1.06	1.74	4.12	6.89	6.15	8.19	10.62	31.19	29.76	83.05
2203001000	Stout and porter	3.78	2.75	14.52	9.64	1.96	1.21	0.99	1.36	1.57	1.00	-19.12	-36.02	7.84
2206009000	Other fermented beverages, including mead	0.18	0.12	0.33	0.14	0.06	0.18	0.33	0.69	0.58	0.54	18.48	-7.41	4.20
2204100000	Sparkling wine	0.04	0.06	0.08	0.08	0.12	0.52	0.68	0.58	0.15	0.38	31.51	151.15	3.00
2208203000	Other spirits of an alcoholic strength by volume not exceeding 46% vol	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.12	0.20	0.16	0.16		0.18	1.27
2208301000	Whiskies of an alcoholic strength by volume not exceeding 46% vol	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.07	0.03		-60.76	0.21
2206001000	Cider and perry	0.25	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.07	0.02	0.02		-1.65	0.16
2204212100	Grape must, in container <=2 l, alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.11	0.01	0.02	0.02		1.41	0.16
2204291200	Wine, in containers > 2 l, alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01		-48.94	0.04
2205101000	Vermouth & oth wine, in container <=2 l, alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		65.50	0.03
2208201000	Brandy of an alcoholic strength by volume not exceeding 46% vol	0.09	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00		-88.39	0.02
2204211100	Wine, in containers <= 2 l, alcoholic strength by volume <= 15%	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00		-83.39	0.01
2208009000	Other spirituous beverages	0.00	0.04	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			0.01
2208601000	Vodka of an alcoholic strength by volume not exceeding 46% vol	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.03	0.00	0.00			0.00
2208701000	Liqueurs & cordials of an alcoholic strength by volume not exceed 57% vol	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			0.00
XXX	LAINNYA	2.66	0.30	0.42	0.26	0.09	0.16	0.01	0.01	0.02	0.00	-54.12	-97.72	0.01

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016), diolah Puska Daglu

Kemudian berdasarkan data ekspor minuman beralkohol di atas, diketahui bahwa Indonesia tidak memiliki daya ekspor minuman beralkohol untuk kategori *liqueur*. Maka dari itu, Penulis ingin bereksperimen menggunakan buah kersen yang merupakan salah satu buah lokal Indonesia, dengan harapan agar di kemudian hari Indonesia dapat memiliki sumber daya ekspor *liqueur* ke luar negeri.

Melihat banyaknya jumlah pohon kersen yang tumbuh menyebar di seluruh Indonesia, Penulis memilih buah kersen sebagai *flavouring agent* dalam pembuatan *liqueur* ini. Dilansir melalui *website* bernama Sawon Budidaya, dijelaskan mengenai ciri-ciri tanaman buah kersen yaitu batang pada pohon kersen memiliki

diameter 15 hingga 31 sentimeter serta memiliki bau aromatik yang khas dan berwarna hijau. Jenis daunnya tunggal menyirip dengan ukuran (4-14) cm x (1-4) cm, tepi daunnya bergerigi, lembaran daun bagian bawah berbulu kelabu dengan bulu-bulu halus. Kemudian, bunganya dengan tipe *composite*. Setiap bunga memiliki tangkai dengan panjang kurang lebih 1,9 sentimeter, bunganya berwarna putih berbentuk mahkota berputar. Buahnya mirip buah buni, berwarna merah saat buahnya telah matang dengan diameter 15 mm, berisi ribuan biji kecil yang bercampur dengan air dan daging buah (Arnold Tio Sandi, 2019).

Di dalam situs Kompasiana, dijelaskan mengenai kandungan buah kersen yang tidak kalah dengan buah mangga. “Kandungan gizi di dalam buah kersen pun tidak kalah dengan buah lainnya, seperti buah mangga. Kandungan vitamin C buah mangga yaitu 30 mg, sedangkan pada buah kersen 80,5 mg. Kandungan kalsium pada buah kersen 124,6 mg jauh lebih banyak dari buah mangga kandungan kalsiumnya 15 mg.” (Wahyu Barata, 2018).

Pohon kersen bisa ditemukan di mana saja karena pohon ini tumbuh liar. Pohon ini selalu berbunga dan berbuah sepanjang tahun serta bukan kategori musiman. Meskipun tiap hari dipetik buahnya, buahnya akan senantiasa ada di pohonnya karena buah ini tergolong cepat proses matangnya. Ukuran buahnya bulat dan kecil dalam jumlah yang banyak di pohonnya, dan akan berwarna merah serta lunak saat matang, ketika ditekan akan keluar cairan didalamnya beserta biji-bijinya.

Berikut ini merupakan kandungan buah kersen setiap 100 gram yang disebutkan di dalam situs Kompasiana (Verheij & Coronel, 1997 dalam Wahyu Barata, 2018):

Tabel 1.4
Kandungan Gizi Buah Kersen Setiap 100 Gram

Kandungan	Jumlah Kandungan	Satuan
Energi	380 KJ	100 Gram
Vitamin C	80,5	Mg
Air	77,8	Gram
Protein	0,384	Gram
Lemak	1,56	Gram
Karbohidrat	17,9	Gram
Serat	4,6	Gram
Abu	1,14	Gram
Kalsium	124,6	Mg
Fosfor	84	Mg
Besi	1,18	Mg
Karoten	0,019	Gram
Tianin	0,065	Gram
Ribofalin	0,037	Gram
Niacin	0,554	Gram

Sumber: Kompasiana, 2018

Buah kersen dengan ukurannya yang kecil dan keberadaannya yang mudah ditemui acap kali dianggap sebelah mata. Buah kersen juga identik dengan anak kecil karena sangat digemari oleh anak-anak kecil yang biasanya suka memanjat pohonnya untuk diambil buahnya.

Gambar 1.2
Buah Kersen



Sumber: IDN Times, 2019

Dari data-data yang didapati Penulis dari situs yang menjabarkan mengenai kandungan buah kersen, Penulis memilih untuk menggunakan buah Kersen sebagai bahan dasar pembuatan *liqueur* karena memiliki banyak manfaat. Disamping itu Penulis ingin berinovasi dengan mencampurkan buah kersen dengan alkohol, sehingga dapat membuka wawasan bagi siapa saja bahwa buah Kersen dapat diinovasikan dengan alkohol selain dibuat menjadi sirup.

Untuk mendukung pembuatan *liqueur* dengan metode *percolation*, Penulis memilih untuk menggunakan *vodka* sebagai *basic spirit* dalam proses pembuatan karena *vodka* tidak berwarna, tidak beraroma, dan tidak berasa. Hal itu dijelaskan lebih lanjut, yaitu “*The federal government defines vodka as “neutral spirits, so distilled or so treated after distillation with charcoal and other materials, as to be without distinctive character, aroma or color.” Vodkas are typically between 80 and 100 proof, and they are not aged.*” The Art Institute (2007 : 109). Karakter inilah yang dibutuhkan Penulis agar lebih menonjolkan cita rasa dan aroma dari *flavouring agent*-nya.

Di dalam penelitian ini, Penulis menggunakan *vodka* bermerek *Iceland Vodka* dengan kandungan yang cukup tinggi yaitu 40% dalam pembuatan *liqueur* dan juga *vodka* ini mudah ditemukan di Indonesia dengan berbagai ukuran sehingga Penulis bisa bereksperimen dengan ukuran yang memberikan harga lebih hemat.

Gambar 1.3
Iceland Vodka



B. Rumusan Masalah

Dalam pembuatan *liqueur* buah kersen, dapat dikumpulkan beberapa perumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana proses pembuatan *liqueur* buah kersen dengan metode *percolation*?
2. Bagaimana penilaian dari panelis terhadap hasil perkolasi dari pembuatan *liqueur* buah kersen?
3. Bagaimana kadar alkohol yang terkandung di dalam *liqueur* buah kersen?

C. Tujuan Penelitian

1. Maksud

Melalui pembuatan dan penelitian dalam Tugas akhir ini, Penulis berharap dapat mengetahui apa manfaat dari buah kersen terhadap minuman beralkohol sebagai bahan dasar pembuatan *liqueur* sekaligus sebagai bahan campuran *cocktail*, serta juga diharapkan untuk dapat memanfaatkan buah kersen yang sering diabaikan sekaligus melestarikannya sebagai tanaman khas melayu.

2. Tujuan

a. Tujuan Formal

Penulisan dan pembuatan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh Penulis guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh kelulusan di program Diploma III Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

b. Tujuan Operasional

1. Memperoleh pengetahuan tentang cara pembuatan *liqueur* buah kersen dengan metode *percolation*.
2. Mengetahui penilaian dan potensi terhadap *liqueur* buah kersen berdasarkan kritik dan saran dari Penguji.
3. Mengetahui kadar alkohol yang terkandung di dalam *liqueur* buah kersen.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

- a. Mengerti dan memahami proses pembuatan *liqueur* dengan metode *percolation*

- b. Dapat memberikan inovasi baru bagi berbagai kalangan dengan menghadirkan varian rasa dan aroma baru pada *liqueur*

2. Bagi Masyarakat

- a. Memberi rasa ketertarikan untuk menanam dan melestarikan pohon kersen
- b. Memahami dan memanfaatkan buah kersen yang tumbuh di sekitaran tempat tinggal
- c. Mengetahui bahwa buah kersen tidak hanya dimakan biasa atau dijadikan jus tetapi bisa dibuat dan dijadikan bahan dasar pembuatan sebuah *liqueur*

3. Bagi Institusi

Memberikan informasi baru serta ilmu pengetahuan mengenai pemanfaatan buah kersen menjadi bahan dasar pembuatan *liqueur* dengan metode *percolation* bagi Mahasiswa/I Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung khususnya Program Studi Manajemen Tata Hidangan.