

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya masyarakat Indonesia memiliki kegemaran mengkonsumsi camilan sebagai pengisi di waktu luang, selain itu untuk mengkonsumsi camilan masyarakat dapat menikmatinya dimana saja tanpa melihat tempat dan membawanya dengan mudah. Camilan juga dapat dijadikan sebagai makanan pendamping saat makan, contohnya camilan yang bertekstur renyah. Camilan renyah menambahkan sensasi tersendiri pada saat makan dan dapat meningkatkan selera makan.

Dari segi terminologi bahasa, camilan, kudapan, atau jajanan ialah sebutan untuk panganan kecil yang dimakan di antara dua waktu makan. Ragam jenis camilan di pasaran saat ini semakin banyak, meski demikian camilan tradisional masih sangat populer. Posisinya masih tak bisa digantikan dengan makanan moderen (Tim Dapur Esensi, 2008:5). Camilan tradisional saat ini sudah mulai mudah untuk didapatkan dan banyak dijual diberbagai tempat seperti pasar, warung, maupun pedagang keliling, akan tetapi kurangnya perhatian masyarakat terhadap kandungan dan zat gizi pada makanan yang dikonsumsinya merupakan hal yang sangat disayangkan. Padahal tubuh memerlukan asupan yang cukup untuk menjaga kesehatan.

Dengan memberikan variasi dalam olahan makanan berbahan dasar beras sangat menguntungkan bagi kita, karena dapat mengurangi ketergantungan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi bahan pangan berbahan dasar beras.

Banyak hal yang bisa dilakukan misalnya dengan mensubstitusi sebagian bahan dasar olahan beras dengan bahan dasar lainnya. Namun substitusi yang dilakukan memiliki keterbatasan ukuran, oleh karena itu diperlukan penelitian terlebih dahulu.

Rempeyek mudah ditemukan dijual di warung makan, pasar, ataupun di pasar swalayan. Rempeyek atau peyek merupakan hidangan yang bercita rasa gurih. Rempeyek cocok sebagai pendamping saat makan atau sebagai camilan. Pada pembuatan rempeyek banyak yang bilang sangat sulit dan membutuhkan keahlian khusus. Padahal, dengan sedikit kesabaran dan takaran bahan yang tepat rempeyek renyah bisa dibuat dan akan menarik jika taburannya dikreasikan dengan macam-macam bahan makanan nabati maupun hewani, umumnya dengan kacang tanah, udang, ikan teri (Sarasati dkk, 2009:4).

Salah satu sumber protein yang baik untuk tubuh adalah protein nabati, diantaranya salah satu sumber protein nabati yang memiliki gizi yang baik adalah berbagai jenis kacang-kacangan. Dalam menu masyarakat sehari-hari, kacang-kacangan merupakan alternatif sumber protein nabati terbaik. Telah disadari bahwa daya cerna protein kacang-kacangan tidak setinggi protein hewani. Protein kacang-kacangan (nabati) umumnya memiliki asam amino pembatas lebih banyak namun tetap dapat memberikan asupan gizi yang bermanfaat sebagai tambahan atau kombinasi dengan protein hewani yang relatif harganya jauh lebih mahal (Khomsan,2006:11).

Salah satu jenis kacang-kacangan adalah kacang hijau yaitu kacang-kacangan yang memiliki ciri khas berbentuk polong bulat memanjang antara 6—15 cm, biji kacang hijau ada yang mengkilap dan ada pula yang kusam tergantung jenisnya.

Dua jenis kacang hijau yang paling terkenal adalah *golden gram* dan *green gram* (Mustakim,2015:65).

Kacang hijau mengandung fitat 2,19 (% b/b). Interaksi fitat dengan protein dan vitamin menyebabkan terbatasnya nilai gizi yang dapat dimanfaatkan tubuh (Khomsan, 2006:11).

Manfaat lain yang diberikan oleh biji-bijian ini, kacang hijau sebagai komplementer beras, sebab protein beras yang miskin lisin akan diperkaya oleh kacang hijau yang kaya lisin. Asam amino kacang hijau yang miskin sulfur akan diperkaya oleh asam amino beras yang kaya sulfur. Oleh karena itu kombinasi kacang hijau dan tepung beras merupakan kombinasi yang serasi (Mustakim, 2015:2).

Kadar amilosa pada tepung beras umumnya adalah 25%, pengaruhnya adalah setelah melalui proses pemasakan produk makanan yang menggunakan tepung beras seperti kerupuk akan keras apabila sudah mencapai suhu ruang (Muchtadi,2013:218), sedangkan kacang hijau merupakan salah satu kacang-kacangan yang dimanfaatkan sifat fungsional dari patinya. Pati kacang hijau terdiri dari amilosa 28,8% (Muchtadi,2013:219). Maka kedua bahan tersebut memiliki salah satu zat yang sama yang dibutuhkan untuk membuat rempeyek menjadi renyah sehingga dapat diterima oleh konsumen dan melihat bagaimana penerimaan produk inovasi ini terhadap masyarakat.

Oleh karena itu, tepung kacang hijau digunakan sebagai bahan pembuatan rempeyek dengan mensubstitusi tepung beras dan tepung kacang hijau dengan tujuan meningkatkan gizi yang terkandung pada produk rempeyek kacang hijau. Rempeyek kacang hijau substitusi tepung kacang hijau ini merupakan inovasi

produk baru, belum dapat dipastikan bahwa rempeyek tepung kacang hijau ini dapat diterima oleh masyarakat mengingat rempeyek substitusi tepung kacang hijau ini belum terdapat dipasaran dan memiliki sedikit perbedaan rasa, aroma, warna dan tekstur dari rempeyek yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat, untuk itu perlu dilakukan pengukuran penerimaan konsumen terhadap hasil produk inovasi baru ini. Tahapan penerimaan konsumen dilakukan dengan melihat bagaimana kesadaran konsumen terhadap produk rempeyek, minat dan evaluasi konsumen pada produk inovasi baru, serta percobaan dan keputusan konsumen untuk menerima atau menolak produk inovasi baru dengan penentuan dari berbagai faktor seperti rasa, aroma, warna, dan tekstur.

Telah diuraikan di atas bahwa rempeyek merupakan salah satu camilan yang disukai oleh masyarakat. Bahan dasar rempeyek adalah tepung beras, sagu, telur, santan, dan bumbu rempah seperti ketumbar, kemiri, bawang putih, cincangan daun jeruk purut kemudian diberi *topping* aneka kacang-kacangan seperti kacang tanah, kacang kedelai, kacang hijau, atau dengan ikan teri.

Untuk meningkatkan kualitas gizi maka perlu dilakukan substitusi tepung beras dengan tepung protein nabati. Seperti tepung kacang hijau, kemudian diberi *topping* kacang hijau. Substitusi ini selain meningkatkan kualitas gizi produk, juga mengurangi penggunaan beras sebagai bahan pembuatan camilan sehingga impor beras dapat diminimalisasi dengan penggunaan utama hanya untuk makanan pokok.

Namun pada produk baru ini timbul permasalahan apakah produk baru rempeyek dengan substitusi tepung kacang hijau dapat diterima masyarakat,

mengingat produk rempeyek dengan bahan dasar tepung beras sudah secara turun temurun diolah dan dikonsumsi masyarakat sehingga perlu diteliti.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah dapat diajukan sebagai berikut:

1. Apakah tepung kacang hijau dapat digunakan sebagai substitusi dalam pembuatan rempeyek kacang hijau?
2. Apakah rempeyek substitusi tepung kacang hijau disukai konsumen?
3. Berapa banyak konsumen yang menyukai rempeyek substitusi tepung kacang hijau?
4. Bagaimana minat konsumen terhadap produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau sebagai inovasi baru?
5. Apakah konsumen menerima produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau?
6. Bagaimana penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau?

1.3 Pembatasan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah yang dikemukakan di atas, mengingat keterbatasan penelitian dalam waktu, tenaga dan dana, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka rumusan masalahnya sebagai berikut “Bagaimana penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

1.6 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan akan berguna untuk:

1. Memberikan pengetahuan dan informasi tentang pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau.
2. Mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap konsumsi pangan berbahan dasar beras.
3. Masukan bagi mata kuliah Pengolahan Makanan Nusantara.
4. Meningkatkan daya jual kacang hijau.
5. Meningkatkan kandungan gizi rempeyek sebagai camilan sehat.

BAB II

KERANGKA TEORITIK DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kerangka Teoritik

2.1.1 Penerimaan Konsumen

Menurut UU Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 2, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Susanto, 2008:22).

Penerimaan produk baru dapat berupa produk yang benar-benar baru. Dimana sebelumnya belum ada sama sekali produk tersebut atau produk yang sudah ada kemudian dilakukan inovasi. Menurut Kotler (2002:406) , inovasi produk dapat diartikan gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut.

Proses penerimaan konsumen terhadap suatu inovasi produk memerlukan waktu. Oleh karena itu perusahaan harus memahami proses penerimaan konsumen (*consumer adaption process*) untuk membangun strategi yang efektif untuk penetrasi awal. Proses penerimaan konsumen ini kemudian diikuti dengan proses kesetiaan konsumen (*consumer loyalty process*) yang menjadi perhatian bagi perusahaan yang mapan. Proses penerimaan konsumen berfokus pada proses mental yang dilalui seseorang mulai dari saat pertama mendengar informasi tersebut

sampai memakainya. Penerimaan produk baru melalui 5 tahap berikut: (Kotler. 2002:184).

1. Kesadaran (*awareness*)

Istilah kesadaran berasal dari bahasa Latin yaitu "*concentia*" yang artinya "mengerti dengan". Dalam bahasa Inggris terdapat kata "*consciousness*" yaitu kesadaran. Kesadaran ini berasal dari kata "sadar" yang berarti "insyaf, merasa, tahu dan mengerti". Kesadaran seseorang akan terlihat dari pengetahuan, sikap dan perilakunya dan kesadaran itu dapat dikembangkan melalui proses belajar (Yuniarto,2012:16).

Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kesadaran diartikan sebagai keinsyafan atau keadaan mengerti dan merupakan hal yang dirasakan atau dialami seseorang.

Kesadaran merupakan tahapan dimana individu berkenalan dengan produk baru pada situasi ini ketika konsumen menyadari adanya inovasi atau produk baru, tetapi konsumen masih kekurangan informasi tentang produk tersebut. Kesadaran adalah ketika konsumen menyadari akan produk baru tetapi kekurangan informasi tentang produk baru tersebut. Perkembangan kesadaran terhadap produk ditentukan berdasarkan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*) (Kotler. 2002:184).

a. Pengetahuan (*Knowledge*).

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan pengindraan terhadap suatu obyek tertentu. Pengindraan ini terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera pengelihatan, pendengaran,

penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya perilaku seseorang (Notoatmodjo,2005:140).

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk (Sumarwan, 2002:53).

Pengetahuan adalah hasil dari tahu yang terjadi melalui proses sensori khususnya mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya perilaku terbuka (Sunaryo,2004:25).

Istilah “pengetahuan” dipergunakan untuk menyebut ketika manusia mengenal sesuatu. Unsur pengetahuan adalah yang mengetahui, diketahui, serta kesadaran tentang hal yang ingin diketahuinya itu. Oleh karena itu, pengetahuan selalu menuntut adanya subjek yang mempunyai kesadaran untuk mengetahui tentang sesuatu dan objek yang merupakan sesuatu yang dihadapinya sebagai hal yang ingin diketahuinya (Soyomukti,2011:49).

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Memahami pengetahuan penting bagi pemasar, karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dan kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi bagaimana cara

menerima dan akhirnya mengkonsumsi produk tersebut (Sumarwan, 2003:133).

b. Sikap (*attitude*)

Pada prinsip-prinsip pemasaran, sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan (Kotler dan Armstrong, 1997:173).

Definisi awal sikap dikemukakan oleh Thurstone, 1988 (dalam Nugroho,2003:143), dia melihat sikap sebagai salah satu konsep yang cukup sederhana yaitu jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek.

Beberapa tahun kemudian Allport,1993 (dikutip oleh Nugroho,2003:144) mengajukan definisi yang lebih luas:

“Sikap adalah suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan/atau dinamis terhadap perilaku.”

Definisi yang dikemukakan oleh Allport tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek, baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten.

Sikap juga diartikan sebagai respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan (senang-tidak senang, setuju-tidak setuju, baik-tidak baik, dan sebagainya) (Notoatmojo,2010:29).

Sikap (*attitude*) adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon secara konsisten terhadap suatu objek yang diberikan,

seperti halnya suatu merk. Sikap tergantung pada sistem nilai dari seorang individu yang mewakili standar pribadi tentang baik dan buruk, benar dan salah, dan seterusnya, oleh karena itu sikap cenderung lebih tahan lama dan kompleks dibandingkan dengan kepercayaan (Lamb.dkk,2001:233).

Sikap (*attitude*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*believe*) dan perilaku (*behavior*). Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya dan manfaatnya (Mowen dan Minor,1998:242).

Sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen (Nugroho,2003:143).

Sikap adalah respons tertutup seseorang terhadap suatu stimulus atau objek, baik yang bersifat intern maupun ekstern sehingga manifestasinya tidak dapat langsung dilihat, tetapi hanya dapat ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup tersebut. Sikap secara realitas menunjukkan adanya kesesuaian respons terhadap stimulus tertentu. Tingkatan sikap adalah menerima, merespons, menghargai dan bertanggung jawab. Dalam hal ini adalah mengenai sikap terhadap penerimaan produk inovasi (Sunaryo,2004:27).

Engel, Blackwell dan Miniard dalam Sumarwan, (2003:136) mengemukakan bahwa sikap menunjukkan apa yang konsumen sukai dan yang tidak disukai. Definisi tersebut menggambarkan pandangan kognitif

(pengetahuan), afektif (emosi, perasaan), dan kognitif (tindakan). Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

c. Perilaku (*behavior*)

Menurut Solomon (2007:32), perilaku konsumen merupakan proses ketika individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya.

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan penyusuli tindakan tersebut (Umar,2005: 50).

Untuk memahami konsumen yang harus diperhatikan adalah apa yang mereka pikirkan (kognisi), apa yang mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta di mana (kegiatan di sekitar) yang mempengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi

perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu (Nugroho,2003:3).

Perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses dimana mereka menyeleksi, menggunakan dan membuang produk, layanan, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak dari proses tersebut pada konsumen dan masyarakat (Hawkins.dkk, 2001:6).

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa. Pelajaran mengenai perilaku konsumen juga menyangkut analisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk (Lamb.dkk, 2001:188).

American Marketing Association mendefinisikan perilaku sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan di mana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Dengan kata lain perilaku melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan. Hal itu juga mencakup segala hal pada lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan (Peter.dkk, 2013:6).

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami "*why do consumers do what they do*". Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan

jasa setelah melakukan hal-hal diatas dan kegiatan mengevaluasi (Sumarwan, 2003:32).

2. Minat (*interest*)

Minat yaitu suatu dorongan untuk mencari informasi mengenai produk sehingga menghasilkan keputusan konsumen untuk menerima produk baru tersebut.

Minat merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang jasa yang diinginkan. Minat dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayar dengan uang atau dengan pengorbanan (Schiffman, 1997:288).

Pengertian minat menurut Kotler (2005:205) adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, hingga timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu sikap senang yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya sehingga menimbulkan dorongan seseorang untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan.

3. Evaluasi (*evaluation*)

Proses evaluasi biasanya menggunakan waktu yang lebih lama bagi sebuah produk baru daripada produk yang sudah dikenal. Konsumen mempertimbangkan untuk mencoba inovasi tersebut apakah memiliki

kelebihan dan keuntungan jika dibandingkan mengkonsumsi produk yang sudah dikenal.

Evaluasi merupakan proses penilaian, penilaian ini mungkin positif atau negatif atau mungkin juga gabungan antara keduanya. Point yang diambil pada saat mengevaluasi adalah mengambil keputusan mengenai nilai atau manfaat dari produk tersebut (Curtis.dkk,2006:414).

Evaluasi, yaitu kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek. Evaluasi dapat menggunakan kriteria yang telah ada atau disusun sendiri (Sunaryo.2004:27).

Dalam pengertian yang luas evaluasi merupakan proses merencanakan, memperoleh, dan menyediakan informasi yang sangat diperlukan untuk membuat alternatif-alternatif keputusan. Ada aspek yang harus diperhatikan dalam evaluasi, yang pertama evaluasi merupakan proses yang sistematis. Ini berarti evaluasi dalam merupakan kegiatan yang terencana dan dilakukan sejak tahap permulaan, selama proses berlangsung dan pada akhir proses setelah program itu selesai. Didalam kegiatan evaluasi diperlukan berbagai informasi atau data yang menyangkut objek yang sedang dievaluasi (Departemen Pendidikan,2001:27).

Evaluasi secara umum dapat diartikan sebagai proses sistematis untuk menentukan nilai sesuatu (tujuan, kegiatan, keputusan, unjuk-kerja, proses, orang, objek, dan yang lain) berdasarkan kriteria tertentu melalui penilaian. Untuk menentukan nilai sesuatu dengan cara membandingkan dengan kriteria, evaluator dapat membaningkan dengan kriteria namun dapat pula melakukan pengukuran terhadap sesuatu yang dievaluasi kemudian baru

membandingkannya dengan kriteria. Dengan demikian evaluasi tidak selalu melalui proses mengukur (pengukuran) baru melakukan proses menilai (penilaian) tetapi dapat pula evaluasi langsung melalui penilaian saja (Dimiyati,2009:191).

4. Percobaan (*trial*)

Konsumen melakukan percobaan sebelum memutuskan untuk menerima dan mengonsumsi produk baru. Percobaan yang dilakukan ialah usaha konsumen untuk meyakinkan diri dalam mengambil keputusan untuk menerima produk inovasi baru berdasarkan kriteria tertentu. Dalam hal ini konsumen mencoba produk baru dalam skala yang kecil untuk memperbaiki perkiraannya atas nilai inovasi tersebut dan membandingkan produk inovasi dengan produk yang biasa dikonsumsi. Dalam tahap percobaan, konsumen mengukur atau menilai kualitas produk (Kotler. 2002:184).

Kualitas produk adalah salah satu sarana utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada penilaian produk apakah masuk kedalam kategori baik atau buruk, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler. 2002:272).

Jadi, dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa percobaan produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh konsumen sebagai tahapan untuk menerima inovasi berdasarkan kriteria tertentu seperti kualitas yang disukai oleh konsumen.

5. Penerimaan (*adoption*)

Konsumen memutuskan untuk menggunakan inovasi tersebut sepenuhnya dan secara teratur. Penerimaan suatu objek dapat dilihat melalui kualitas produk tersebut. Di dalam penerimaan suatu produk baru, setelah konsumen melewati tahap proses penerimaan dan melakukan percobaan produk. Jika produk baru memiliki kelebihan maka konsumen memutuskan untuk menggunakan produk secara teratur dan tidak lagi terbatas. Jika percobaan produk baru tidak menyenangkan, maka konsumen memutuskan untuk tidak menerima atau menolak.

Menurut Kotler (2002:406) ada empat faktor yang mempengaruhi proses penerimaan. Yang pertama, kesiapan orang-orang untuk mencoba produk baru sangat berbeda. Sampai titik dimana seseorang lebih dini menerima gagasan baru dibandingkan anggota masyarakat lainnya. Kedua adalah pengaruh pribadi dalam penerimaan produk baru. Dampak yang dapat ditimbulkan oleh seseorang terhadap orang lain dalam hal sikap dan pembelian. Ketiga adalah karakteristik inovasi mempengaruhi tingkat penerimaannya. Beberapa produk dapat langsung disukai, sedangkan produk lain memerlukan waktu yang lama untuk diterima.

Penerimaan adalah suatu proses pengambilan keputusan. Ada dua kemungkinan keputusan yaitu menerima atau menolak produk inovasi tersebut. Sebagai tambahan, ada dua situasi yang memengaruhi pengambilan keputusan yaitu produk tersebut baik atau tidak baik (Lind,2007:373).

2.1.2. Rempeyek

Rempeyek atau biasa disebut dengan peyek adalah makanan pelengkap atau camilan berbahan utama tepung beras, sagu, telur, santan, dan bumbu rempah seperti ketumbar, kemiri, bawang putih, cincangan daun jeruk purut kemudian diberi *topping* aneka kacang-kacangan seperti kacang tanah, kacang kedelai, kacang hijau, atau dengan ikan teri kemudian diolah dengan teknik penggorengan secara manual (menggunakan suhu tinggi dan media pengantar minyak goreng) untuk memperoleh produk olahan yang kering dan renyah serta dapat disajikan/dinikmati dalam beberapa aneka hidangan, seperti pecel, gado-gado, nasi kuning, dll. Menurut bentuk dan banyaknya kacang yang digunakan, peyek kacang dibagi menjadi dua jenis, yaitu peyek berbentuk bulat pipih beraturan 6—10 cm dan peyek yang berbentuk tidak beraturan (Sarasati,2012:10).

Tabel 2.2. Kandungan Gizi Rempeyek (Umum).

Energi	513
Protein	17,50
Lemak	32,50
Karbohidrat	44,50
Kalsium	65,00
Fosfor	202
Zat Besi	2,60
Vitamin B1	0,10

Sumber: DKBM,2016

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas rempeyek yang pertama adalah kualitas bahan utama dan bahan pembantu dalam proses pembuatan seperti kacang, minyak goreng, tepung beras, tepung sagu. Kedua proses pengolahan rempeyek, terutama pada proses penggorengan, penirisan, peralatan yang digunakan, dan orang yang terlibat dalam produksi. Ketiga adalah keseragaman ukuran kacang dan bentuk rempeyek (Sarasati,2012:10).

1. Bahan untuk pembuatan rempeyek

a. Tepung Beras

Beras dikenal sebagai sumber karbohidrat yang baik dengan kandungan hidrat arang/karbohidrat sekitar 70—80. Sebagian besar butir beras terdiri atas pati, yaitu suatu zat hidrat arang yang tersusun dari unit-unit glukosa, dan tersusun atas dua komponen pati, yaitu amilosa dan amilopektin dengan kadar amilosa lebih tinggi dibanding amilopektinnya pada beras biasa selain beras ketan. Perbandingan jumlah amilosa dan amilopektin dalam beras menentukan tingkat kepulenannya. Pada prinsipnya semakin tinggi kandungan amilopektinnya, maka beras tersebut semakin pulen atau lekat/lengket. Komponen kedua terbesar dari beras adalah protein. Kandungan protein pada beras adalah 8% pada beras pecah kulit dan 7% pada beras giling. Kadar amilosa pada tepung beras umumnya adalah 25%, pengaruhnya adalah setelah melalui proses pemasakan produk makanan yang menggunakan tepung beras seperti kerupuk akan keras apabila sudah mencapai suhu ruang.

Beras yang mengandung amilosa tinggi setelah dimasak menghasilkan nasi yang tidak lengket, dapat mengembang, dan akan mengeras setelah dingin. Beras yang mengandung amilosa rendah setelah dimasak menghasilkan nasi yang lengket, mengkilap, tidak mengembang dan menggumpal pada saat dingin. Oleh karena itu jenis beras yang digunakan pada pembuatan tepung beras adalah jenis beras pera karena mengandung kadar amilosa yang tinggi (Utomo,2005:7).

Amilopektin merupakan fraksi utama pati beras, tetapi dalam analisisnya lebih sering digunakan terhadap amilosa. Kadar amilosa tersebut menentukan rasa dan mutu nasi yang dihasilkan dan menentukan sifat fisik lainnya. Berdasarkan

kadar amilosanya, beras digolongkan menjadi tiga, yaitu kadar rendah (10—20%), menengah (20—25%) dan tinggi (25—33%), makin tinggi kadar amilosa maka beras masak yang diperoreh makin pera yaitu mengeras setelah dingin dan kurang lengket (Muchtadi,2013:218).

Beras juga berperan sebagai sumber protein, karena meskipun kandungan proteinnya relatif sedikit , tetapi karena dikonsumsi dalam jumlah banyak maka peranannya sebagai sumber protein sangat besar. Tepung beras diperoleh dengan menggiling atau menumbuk beras yang telah direndam sebentar dalam air. Tepung yang dibuat dari beras yang digiling/dihaluskan berwarna putih, dan bila diraba dengan jari akan terasa lebih lembut dan halus dibandingkan dengan tepung ketan (Murdijati, 2013:160).



Gambar 2.1 Tepung Beras

b. Tepung Sagu

Penggunaan tepung sagu sebagai bahan pengikat atau penyatu semua bahan adonan rempeyek. Tepung sagu sebagai salah satu sumber karbohidrat memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai bidang industri pengolahan, misalnya pembuatan roti, mie, pempek, dan sebagainya. Pemanfaatan tepung sagu secara lebih lanjut selain dapat mendukung upaya pengembangan dan peningkatan keanekaragaman pangan olahan berbahan baku sagu, juga dapat mengurangi atau menekan beban konsumsi masyarakat pada beras dan terigu. Dengan penerapan

teknologi pengolahan pangan yang tinggi, sagu dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan yang lezat dan bergizi tinggi.

Kandungan kalori dalam setiap 100 g sagu tidak kalah dengan kandungan kalori dalam bahan pangan sumber karbohidrat lainnya. Kandungan kalori dalam 100 g sagu adalah 353 kalori. Komponen yang paling dominan dalam sagu adalah pati (karbohidrat). Pati adalah karbohidrat yang dihasilkan oleh tumbuhan untuk persediaan bahan makanan. Pati sagu mengandung amilosa sebesar 28% dan amilopektin 74%. (Surya,2005:18).



Gambar 2.2 Sagu

c. Santan

Pada pengolahan rempeyek kacang hijau, santan merupakan bahan pengganti air. Karena santan memberikan citarasa yang lebih gurih. Santan yang digunakan adalah hasil perasan dari kelapa tua. Santan berfungsi sebagai bahan pelarut dan pemberi rasa gurih dan tekstur renyah pada rempeyek (Sarasati,2012:18).



Gambar 2.3 Santan

d. Telur Ayam

Telur ayam digunakan berfungsi sebagai bahan campuran adonan dan penambah gizi dalam pembuatan rempeyek. Telur yang digunakan adalah telur ayam negeri bagian putih dan kuning nya. Telur ayam yang digunakan harus yang masih segar dan tidak cacat.

Pada umumnya untuk menguji kualitas telur ayam, apabila telur ayam dimasukkan kedalam baskom berisi air dan tenggelam, menunjukkan bahwa telur ayam tersebut masih baik, dan sebaliknya (Sarasati,2012:17).



Gambar 2.4 Telur Ayam

e. Ketumbar

Ketumbar (*Coriandrum Sativum*) merupakan tanaman yang tergolong dalam *family umbelliferae* ini konon berasal dari Timur Tengah dan Eropa Selatan. Tanaman ini mempunyai batang kecil berbentuk bulat berwarna hijau, ketumbar mempunyai daun berwarna hijau dengan tepi bergigi. Buah ketumbar berbentuk hampir bulat dengan diameter 3—5mm, berwarna hijau. Buah yang telah tua akan dikeringkan. Buah yang telah kering berwarna kuning kecoklatan (Murdijati,2013:38).

Ketumbar merupakan bumbu utama dalam pembuatan rempeyek dan beberapa masakan yang bercita rasa gurih. Ketumbar digunakan sebagai bumbu

halus dalam pembuatan adonan rempeyek. Ketumbar berfungsi memberi rasa dan aroma khas pada rempeyek (Haryoto,2009:19).



Gambar 2.5 Ketumbar

f. Kemiri

Biji kemiri merupakan biji dengan kandungan lemak yang tinggi (sekitar 60%) sehingga mempunyai cita rasa yang gurih. Secara lebih terperinci, kandungan kimia yang terdapat dalam kemiri adalah gliserida (30%), asam linoleat, palmitat, stearat, vitamin B1 dan gliserin. Sebagai bumbu, kemiri mempunyai peran besar untuk meningkatkan rasa gurih. Untuk memperoleh aroma yang prima, sebelum dipakai hendaknya kemiri disangrai atau digoreng dahulu dan baru dihaluskan bersama bumbu lainnya (Murdijati,2013:33).

Kemiri digunakan sebagai bumbu halus dalam pembuatan adonan rempeyek. Kemiri berfungsi memberi rasa gurih yang kental pada rempeyek (Haryoto,2009:20).



Gambar 2.6 Kemiri

g. Bawang Putih

Bawang putih digunakan sebagai bumbu halus dalam pembuatan adonan rempeyek. Bawang putih ini berfungsi memberi rasa gurih dan aroma pada rempeyek (Haryoto,2009:19).

Bawang putih merupakan bumbu dengan kandungan senyawa sulfur yang tinggi. Tanaman ini mengandung metil alildisulfida, sejenis minyak atsiri yang beraroma tajam. Senyawa utama yang bertanggung jawab terhadap citarasa bawang putih adalah allisin (diallil disulfida oksida).

Penggunaan bawang putih dalam masakan dapat dilakukan dalam beberapa cara. Untuk hidangan tumis, bawang putih ditumis dengan cara mememarkan atau mencincangnya halus atau kasar. Sebagai bumbu perendam, bawang putih dipakai dengan diparut atau menggunakan bawang putih bubuk. Sedangkan untuk taburan hidangan berkuah bawang putih diiris dan digoreng. Selain bawang putih yang tersusun atas beberapa siung, dikenal pula bawang putih tunggal yang disebut bawang laki (bawang lanang). Bawang laki mempunyai aroma yang lebih kuat dibanding bawang putih biasa. Bawang ini banyak dimanfaatkan sebagai pelengkap rasa pada seafood, daging kambing hingga nasi kebuli (Murdijati,2013:31).



Gambar 2.7 Bawang Putih

h. Garam NaCl

Penambahan garam memberi rasa gurih pada adonan rempeyek kacang hijau yang dihasilkan. Sesuai SNI 01-3556-2000. Garam Konsumsi Beryodium didefinisikan sebagai produk makanan yang komponen utamanya natrium klorida (NaCl) dengan penambahan kalium yodat (KIO_3) (Sarasati,2012:17).



Gambar 2.8 Garam NaCl

i. Daun Jeruk Purut

Daun jeruk purut akan memberikan aroma segar ke dalam masakan dalam bentuk irisan halus, utuh, atau dihaluskan terlebih dahulu bersama bumbu lainnya. Daun jeruk purut banyak digunakan atau dimanfaatkan sebagai penyedap dalam masakan berkuah seperti kuah soto, gulai dan lainnya (Murdijati,2013:46).



Gambar 2.9 Daun Jeruk Purut

j. Minyak Goreng

Meurut Kategori Pangan (2006), diacu dalam Sarasati (2012:15) Minyak goreng (*frying oil atau frying fat*) adalah minyak dan lemak yang digunakan untuk menggoreng yang diperoleh dari proses rafinasi/pemurnian (*refining/purifying*) minyak nabati, dalam bentuk tunggal atau campuran. Minyak goreng berfungsi

sebagai penghantar panas, penambah rasa gurih dan penambah nilai kalori pangan.



Gambar 2.10 Minyak Nabati

Minyak goreng yang digunakan adalah minyak kelapa atau minyak kelapa sawit yang bermutu baik (jernih dan tidak tengik) sesuai Kategori Pangan tahun 2006. Penggunaan minyak goreng dengan kualitas rendah akan menghasilkan kripik yang tidak tahan lama (cepat tengik). Mutu minyak goreng ditentukan oleh beberapa faktor seperti kadar air, kadar asam lemak bebas, kadar asam lemak linolenat dan bilangan peroksida.

2.1.3 Kacang Hijau / Tepung Kacang Hijau

Kacang hijau juga mengandung kalsium (124 mg/100 g) dan fosfor (326 mg/100 g) yang relatif tinggi. Ini berarti kacang hijau bermanfaat untuk memperkuat kerangka tulang yang sebagian besar tersusun dari kalsium dan fosfor. Kandungan lemak kacang hijau adalah 1,3 persen, jauh lebih rendah dari pada kedelai (18 persen). Oleh sebab itu, kacang hijau sangat baik bagi orang yang ingin menghindari konsumsi lemak tinggi. Rendahnya lemak di dalam kacang hijau menyebabkan bahan makanan/minuman yang terbuat dari kacang hijau tidak mudah tengik. Lemak kacang hijau tersusun atas 73 persen asam lemak tak jenuh dan 27 persen asam lemak jenuh. Umumnya kacang-kacangan memang mengandung lemak tak jenuh tinggi. Asupan lemak tak jenuh tinggi penting untuk menjaga kesehatan jantung. Vitamin yang menonjol dalam kacang hijau adalah vitamin B1 dan B2. Manusia tidak dapat menghasilkan vitamin di

dalam tubuhnya sehingga diperlukan *intake* vitamin yang berasal dari bahan makanan (Khomsan,2006:12).

Tepung kacang hijau yang menghasilkan tekstur baik, memiliki butiran yang halus agar dapat disubstitusi dengan bahan lain. Substitusi tepung kacang hijau pada produk rempeyek dilakukan berdasarkan penelitian yang tepat untuk menghasilkan produk rempeyek yang disubstitusi dengan tepung kacang hijau yang baik. Jika formula rempeyek disubstitusi dengan bahan yang tidak sesuai maka akan menghasilkan rempeyek yang tidak renyah dan penambahan cairan juga penting, semakin banyak tepung kacang hijau yang ditambahkan maka cairan yang dicampurkan semakin bertambah agar adonan tidak terlalu kental dan keras saat digoreng.

Tepung kacang hijau ditambahkan sebanyak 30% dari jumlah bahan utama. Penambahan dengan persentase 30% menghasilkan kualitas rempeyek yang baik karena sudah dilakukan uji coba sebelumnya. Pencampuran tepung kacang hijau dengan pencampuran bahan lainnya. Pengadukan bahan menggunakan ballon wisk yang diaduk secara merata hingga tidak ada tepung yang menggumpal.

1. Tepung kacang hijau

Kacang hijau (*Phaseolus radiatus*) yang juga biasa disebut *mung bean* merupakan tanaman yang dapat tumbuh hampir di semua tempat di Indonesia. Berbagai jenis makanan (olahan) asal kacang hijau seperti bubur kacang hijau, minuman kacang hijau, kue/penganan tradisional, dan kecambah kacang hijau telah sejak lama dikenal oleh masyarakat Indonesia (Khomsan,2006:11).

Kacang hijau adalah sejenis tanaman budidaya dan palawija yang dikenal luas di daerah tropika. Tumbuhan yang termasuk suku polong-polongan (*Fabaceae*) ini memiliki banyak manfaat dalam kehidupan sehari sebagai sumber bahan pangan berprotein nabati tinggi. Kacang hijau di Indonesia menempati urutan ketiga terpenting sebagai tanaman pangan legum, setelah kedelai dan kacang tanah (Mustakim,2015:56).

Bagian paling bernilai ekonomi adalah bijinya. Biji kacang hijau direbus hingga lunak dan dimakan sebagai bubur atau dimakan langsung. Biji matang yang digerus dan dijadikan isian onde-onde, bakpau, atau gandas turi. Biji kacang hijau jika direbus cukup lama akan pecah dan pati yang terkandung di dalam bijinya akan keluar dan mengental, menjadi semacam bubur. Tepung biji kacang hijau, disebut dipasaran sebagai tepung hunkue, digunakan dalam pembuatan kue-kue dan cenderung membentuk gel. Tepung ini juga dapat diolah menjadi mi yang dikenal sebagai soun (Mustakim,2015:56).

Biji kacang hijau berbentuk bulat atau lonjong, umumnya berwarna hijau, tetapi ada juga yang berwarna kuning, coklat atau berbintik-bintik hitam. Dua jenis kacang hijau yang paling terkenal adalah *golden gram* dan *green gram*.



Gambar 2.11 Kacang hijau *Golden Gram*
http://www.123rf.com/photo_8481723_golden-gram-against-black-background.html



Gambar 2.12 Kacang hijau *Green Gram*

Golden gram merupakan kacang hijau yang berwarna keemasan, dalam bahasa botaninya disebut *Phaseolus aureus*, sedangkan yang berwarna hijau atau *green gram*, disebut *Phaseolus radiatus*. Biji kacang hijau terdiri atas tiga bagian utama, yaitu kulit biji (10 persen), kotiledon (88 persen) dan lembaga (2 persen). Kotiledon banyak mengandung pati dan serat, sedangkan lembaga merupakan sumber protein dan lemak. Dalam perdagangan kacang hijau di Indonesia hanya dikenal dua macam mutu, yaitu kacang hijau biji besar dan kacang hijau biji kecil. Kacang hijau biji besar digunakan untuk bubur dan tepung, sedangkan kacang hijau berbiji kecil digunakan untuk pembuatan taoge (Mustakim,2015:65).

Kacang hijau merupakan salah satu kacang-kacangan yang dimanfaatkan sifat fungsional dari patinya, yaitu dibuat tepung hung kue. Pati kacang hijau terdiri dari amilosa 28,8% (Muchtadi,2013:219).

Kacang hijau memiliki kandungan protein yang cukup tinggi dan merupakan sumber mineral penting, antara lain kalsium dan fosfor. Sedangkan kandungan lemaknya merupakan asam lemak tak jenuh. Kandungan kalsium dan fosfor pada kacang hijau bermanfaat untuk memperkuat tulang. Kacang hijau juga mengandung rendah lemak yang sangat tinggi bagi mereka yang ingin menghindari konsumsi lemak tinggi. Kadar lemak yang rendah dalam kacang hijau menjadikan bahan makanan atau minuman yang terbuat dari kacang hijau tidak mudah berbau (Mustakim,2015:62).

Tabel 2.1. Kandungan Gizi Dalam 100 G Kacang Hijau

Komposisi Kimia	Kacang Hijau	Kacang Hijau Tanpa Kulit
Energi	345 kal	348,0 kal
Protein	22,2 g	24,5 g
Lemak	1,2 g	1,2 g
Karbohidrat	62,9 g	59,9 g
Serat	4,1 g	0,8 g
Kalsium	125 mg	75,0 mg
Fosfor	320 mg	405,0 mg
Zat besi	6,7 mg	8,5 mg
Vitamin A	157 IU	-
Vitamin B1	0,64 mg	-
Vitamin C	6 mg	-
Air	10 g	10,1 g
Mineral	-	3,5 mg
Karoten (mg)	-	49,0 mg
Tiamin (mg)	-	0,72 mg
Riboflavin (mg)	-	0,15 mg
Niasin (mg)	-	2,40 mg

Sumber: Mustakim,2015:62

Pada dasarnya semua biji-bijian dapat diproses menjadi tepung. Dengan diolah menjadi tepung akan menaikkan nilai cerna dari biji-bijian tersebut. Tepung kacang hijau memiliki bentuk menyerupai tepung gandum, cara menyiapkannya mudah sehingga memungkinkan untuk menjadi bahan pangan bergizi di negara-negara berkembang. Proses pembuatan tepung kacang hijau meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Penyortiran biji kacang hijau kupas, yang digunakan harus biji kacang hijau kupas yang masih dalam keadaan baik dan segar, agar tepung kacang hijau yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.
2. Penggilingan menggunakan blender kecil, proses penggilingan merupakan tahap yang penting. Pada proses ini biji kacang hijau kupas yang sudah dipilih dengan kualitas yang baik digiling atau dihaluskan menggunakan blender kecil hingga biji menjadi hancur dan berbentuk butiran halus.

3. Pengayakan menggunakan saringan 100 *mesh*, proses pengayakan dilakukan agar tepung yang masih kasar atau belum halus diayak atau disaring menggunakan saringan ukuran 100 *mesh*. Sehingga memperoleh tepung kacang hijau yang memiliki butiran halus.

Tepung kacang hijau sangat bergizi untuk pertumbuhan. Pengolahan kacang hijau sangat bervariasi mulai dari makanan ataupun minuman, bahkan dapat digunakan sebagai bahan obat-obatan. Hal ini dikarenakan tepung kacang hijau mengandung gizi, baik protein, lemak maupun asam aminonya.



Gambar 2.13 Tepung Kacang Hijau

Pada pemilihan jenis kacang hijau yang digunakan untuk membuat tepung kacang hijau adalah kacang hijau berjenis *green gram* karena jenis ini banyak terdapat di Indonesia sehingga mudah ditemukan.

Proses pembuatan tepung kacang hijau melalui beberapa tahap yang harus diperhatikan.

1. Pemilihan bahan, bahan yang dipilih adalah biji kacang hijau yang berkualitas, masih dalam tanggal layak pakai, tidak tercampur kotoran maupun batu kerikil.
2. Tahap kedua yang digunakan adalah biji kacang hijau kupas. Pemilihan biji kacang hijau kupas dimaksudkan agar menghemat waktu pada proses pembuatan tepung karena tidak memerlukan tahap membersihkan kulit kacang hijau.
3. Kemudian tahap ketiga adalah penggilingan biji kacang hijau menggunakan belender kecil. Pada proses penggilingan biji kacang hijau dihaluskan

menggunakan blender kecil hingga biji kacang hijau menjadi hancur dan berbentuk butiran halus.

4. Proses yang keempat adalah pengayakan, dilakukan agar tepung biji kacang hijau yang masih terdapat butiran kasar atau belum halus dapat terpisah dengan cara diayak atau disaring menggunakan saringan berukuran 100 *mesh*. Sehingga memperoleh tepung kacang hijau yang halus.
5. Pengemasan atau penyimpanan tepung diwadah tertutup atau plastik kedap udara dengan tujuan agar tepung memiliki daya simpan yang lama dan tidak terkontaminasi sehingga kualitas tepung kacang hijau tetap terjaga dengan baik.

2.1.4 Pengembangan Produk Rempeyek Dengan Substitusi Tepung Kacang Hijau

Rempeyek merupakan camilan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat yang memiliki kegunaan lain sebagai makanan pendamping saat makan. Karena bertekstur renyah maka rempeyek bisa meningkatkan selera makan sehingga hal tersebut menjadi nilai tambah bagi rempeyek. Saat ini rempeyek yang banyak dikonsumsi masyarakat umumnya adalah rempeyek kacang tanah atau rempeyek ikan teri, maka penelitian ini mengembangkan keanekaragaman jenis rempeyek yang sudah ada saat ini dengan melakukan substitusi tepung kacang hijau yang kemungkinan dapat diterima oleh masyarakat.

Berikut merupakan tahap pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau:

a. Pemilihan Bahan:

Pemilihan bahan merupakan faktor penentu keberhasilan suatu produk. Untuk itu, yang perlu diperhatikan antara lain warna, tekstur, ukuran dan aroma.

Pada penelitian ini, bahan baku utama yang digunakan adalah tepung beras. Tepung beras yang digunakan adalah tepung beras halus dan tahan lama. Tepung beras yang halus dan kering biasanya merupakan produk pabrikan yang dibuat sekaligus dalam jumlah banyak dan bisa disimpan dalam waktu yang lama. Sebelum membeli tepung beras kering harus diperhatikan tanggal kadaluarsa serta tekstur tepung. Tepung harus berwarna putih halus dan tidak beraroma apek. Karena ada beberapa penjual yang salah dalam penyimpanan tepung sehingga mengurangi kualitas dari produk. Untuk bahan baku tepung kacang hijau yang digunakan terbuat dari biji kacang hijau kupas berkualitas bagus berwarna kuning yang merata kemudian dihaluskan menggunakan *blender* kecil kemudian disaring menggunakan ayakan 100 *mesh*. Pengayakan dimaksudkan untuk menyaring tepung hingga dicapainya tepung yang memiliki butiran yang halus. Untuk bahan baku tepung disimpan dalam wadah tertutup kedap udara dan diletakkan ditempat yang tidak terkena sinar matahari, untuk bahan baku rempah disimpan didalam wadah tertutup, bahan baku bumbu dan daun dapat disimpan didalam lemari es atau di wadah terbuka yang terjaga kelembabannya, sedangkan untuk santan digunakan santan yang segar agar kualitas rasa masih baik. Bahan baku yang lain sebaiknya ditempatkan yang sesuai dengan penyimpanannya untuk menghindari kerusakan atau kebusukan bahan baku tersebut sehingga makanan yang diperoleh berkualitas tinggi.

b. Penimbangan Bahan:

Bahan-bahan yang digunakan terlebih dahulu ditimbang sesuai formula dengan tepat dan jelas. Untuk itu timbangan yang digunakan adalah timbangan digital, agar memperoleh hasil akurat. Gunakan sendok yang bersih sebagai alat

membantu memindahkan bahan baku kedalam timbangan, tidak dengan tangan agar aspek sensorik bahan baku tidak terkontaminasi.

c. Pencampuran Bahan:

Proses pencampuran bahan dilakukan setelah melalui beberapa tahap persiapan yaitu pemilihan bahan, penimbangan bahan, penggilingan biji kacang hijau, dan pengayakan. Pada proses ini semua bahan yang telah dipersiapkan dicampur menjadi satu. Tepung beras, tepung kacang hijau, sagu, bumbu dan rempah, santan, daun jeruk purut dicampur menjadi satu hingga menjadi adonan yang bertekstur kental.

d. Perendaman:

Proses perendaman dialami pada biji kacang hijau kupas yang berperan sebagai *topping* pada rempeyek kacang hijau substitusi tepung kacang hijau. Perendaman dilakukan selama 15 menit dengan air hingga biji kacang hijau kupas mengembang. Bertujuan untuk membuat tekstur biji kacang hijau menjadi sedikit lebih lunak dan ketika sudah mengalami proses pemasakan digoreng biji kacang hijau kupas bertekstur mudah digigit.

e. Pemasakan:

Proses pemasakan didahului dengan merendam cetakan rempeyek didalam minyak goreng panas dengan bertujuan agar adonan tidak lengket dan mudah dilepas. Kemudian menuang adonan rempeyek kacang hijau dengan menggunakan sendok takar keatas cetakan rempeyek. Lalu menaburkan biji kacang hijau kupas yang sudah direndam air dan goreng rempeyek hingga berwarna kuning keemasan.

f. Penirisan:

Setelah melalui tahap proses pemasakan rempeyek kacang hijau ditiriskan diatas *tray* yang sudah dilapisi dengan kertas *tissue* agar minyak menyerap dan permukaan rempeyek tidak menyerap. Proses ini sangat penting karena menentukan kualitas rempeyek yang baik yaitu rempeyek yang tidak berminyak dan memperpanjang daya simpan rempeyek. Setelah melalui tahap proses pemasakan rempeyek kacang hijau ditiriskan diatas *tray* yang sudah dilapisi dengan kertas *tissue* agar minyak menyerap dan permukaan rempeyek tidak menyerap. Proses ini sangat penting karena menentukan kualitas rempeyek yang baik yaitu rempeyek yang tidak berminyak dan memperpanjang daya simpan rempeyek.

g. Pengemasan dan Penyimpanan:

Pengemasan rempeyek kacang hijau dilakukan setelah penirisan dan suhu rempeyek kacang hijau sudah tidak panas lagi. Rempeyek kacang hijau dikemas dan disimpan didalam wadah tertutup dan kedap udara agar tidak mengkontaminasi rempeyek kacang hijau dengan oksigen yang menyebabkan tekstur rempeyek tidak garing.

1. Peralatan Dalam Pembuatan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau

Peralatan dalam pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau terbagi dalam 2 kategori yaitu alat persiapan dan alat pengolahan, seperti yang diuraikan dibawah ini:

Alat persiapan adalah alat-alat kecil yang digunakan dalam proses persiapan pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Alat persiapan yang digunakan dan fungsinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.3. Alat Persiapan



Gambar 2.14 Timbangan Digital

Timbangan berfungsi untuk mengukur atau menimbang berat bahan-bahan yang akan digunakan. Timbangan digital memiliki tingkat keakuratan yang lebih tinggi dan tepat.



Gambar 2.15 Bowl

Bowl berfungsi sebagai wadah untuk mencampurkan santan, telur, dan bumbu yang telah dihaluskan. *Bowl* yang digunakan untuk tahap pencampuran adalah *stainless steel*.



Gambar 2.16 Pisau

Pisau berfungsi untuk memotong dan mengupas bahan-bahan yang akan digunakan. Pisau yang digunakan pisau yang terbuat dari *stainless steel* agar tidak menimbulkan bau besi pada bahan yang akan digunakan sehingga menurunkan tingkat *higiene* produk.



Gambar 2.17 Cutting Board

Cutting Board berfungsi sebagai alas pada saat proses pemotongan bahan yang akan digunakan. Talenan yang digunakan berbahan dasar plastik.



Gambar 2.18 Cobek

Cobek berfungsi sebagai alat untuk menghaluskan bumbu yang akan digunakan. Cobek yang digunakan adalah cobek yang terbuat dari batu.



Gambar 2.19 Blender Kecil

Blender berfungsi untuk menghaluskan atau menggiling kacang hijau hingga menjadi tepung. Blender yang digunakan adalah blender kecil.



Gambar 2.20 Wisk

Wisk berfungsi sebagai alat untuk mengaduk seluruh bahan hingga menjadi satu dan tidak ada bahan yang terpisah.



Gambar 2.21 Sendok takar

Sendok takar berfungsi sebagai acuan banyaknya adonan yang akan dituang dalam cetakan. Sendok yang digunakan berbahan dasar plastik dengan ukuran $\frac{1}{2}$ sdm.

Alat pengolahan adalah alat-alat yang digunakan dalam proses pemasakan pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Alat pengolahan yang digunakan dan fungsinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.4. Alat Pengolahan



Gambar 2.22 Kompor

Kompor berfungsi sebagai alat untuk memasak. Kompor yang digunakan adalah kompor gas.



Gambar 2.23 Soup Ladle

Soup ladle berfungsi sebagai alat cetakan rempeyek agar bernemtuk bulat dan tipis.



Gambar 2.24 Saringan

Saringan berfungsi sebagai alat penyaring tepung kacang hijau agar butiran yang dihasilkan halus. Saringan yang digunakan adalah saringan 100 *mesh*



Gambar 2.25 Pan

Pan berfungsi sebagai alat untuk menggoreng rempeyek. *Pan* yang digunakan berbahan *stainless steel* dan berbentuk bujalat agar dapat menampung minyak yang banyak.



Gambar 2.26 Tray

Tray berfungsi sebagai wadah untuk meniriskan minyak dari rempeyek yang sudah matang dengan melapiskan *tissue* terlebih dahulu.

2. Kualitas Rempeyek

Kualitas adalah tingkat baik buruknya suatu produk yang dapat dilihat dari aspek eksternal dan aspek internal. Untuk menilai kualitas rempeyek substitusi tepung kacang hijau dilakukan penilaian di beberapa aspek yaitu:

a. Warna

Warna merupakan salah satu parameter fisik suatu bahan pangan yang penting. Warna suatu bahan pangan dipengaruhi oleh cahaya yang diserap dan dipantulkan dari bahan itu sendiri dan juga ditentukan oleh faktor dimensi yaitu warna produk; kecerahan, dan kejelasan warna produk (Rahayu,2001:31). Warna rempeyek kuning keemasan karena hasil dari proses penggorengan.

b. Aroma

Aroma adalah mutu makanan yang mempengaruhi indera penciuman. Aroma dapat membangkitkan dan meningkatkan selera makan seseorang karena dari aroma suatu makanan seseorang akan menilai kualitas dari makanan tersebut, sehingga aroma sangat erat kaitannya dengan rasa suatu produk makanan. Daun jeruk purut memberikan aroma segar kedalam masakan dalam bentuk irisan karena mengandung minyak atsiri alami (Murdijati,2013:46). Aroma rempeyek cenderung memiliki aroma khas rempah-rempah karena dibuat dengan beberapa bumbu dan rempah serta penambahan daun jeruk purut yang menimbulkan aroma wangi hingga dapat menarik selera untuk dikonsumsi.

c. Rasa Saat Dimakan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia rasa adalah tanggapan indra terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam terhadap indra pengecap, atau panas, dingin, nyeri terhadap indra perasa. Rasa rempeyek substitusi kacang hijau pada saat dimakan memiliki rasa yang gurih karena bahan dan rempah yang dipergunakan.

d. Rasa Setelah Dimakan (*after taste*)

Aftertaste atau yang sering disebut dengan finish adalah istilah yang menggambarkan sensasi rasa yang tertinggal dimulut setelah memakan atau mencoba sesuatu didalam mulut. Sensasi ini bisa tidak ada samasekali, hanya sebentar, atau bertahan cukup lama (Handoyo,2007:62). Tepung kacang hijau

pada adonan rempeyek akan menimbulkan rasa *after taste* yang terasa getir dari tepung kacang hijau.

e. Tekstur

Penggunaan tepung beras pada adonan rempeyek berfungsi sebagai bahan pengikat dan penguat adonan karena kadar amilosa nya. Kemudian disubstitusi tepung kacang hijau yang juga memiliki kadar amilosa maka menghasilkan rempeyek yang bertekstur renyah (Muchtadi,2013:219).

f. Ketebalan

Semakin banyak persentase tepung kacang hijau didalam adonan maka adonan semakin kental. Maka dengan menggunakan cetakan pada saat menggoreng rempeyek adonan dapat digoreng hingga tipis dan menghasilkan produk yang renyah.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penerimaan merupakan kecenderungan seseorang dalam menerima suatu obyek berdasarkan hasil penilaian terhadap obyek tersebut. Proses penerimaan konsumen dilakukan dengan melihat bagaimana kesadaran konsumen terhadap produk rempeyek, minat dan evaluasi konsumen pada produk inovasi baru, serta percobaan dan keputusan konsumen untuk menerima atau menolak produk inovasi baru dengan penentuan oleh berbagai faktor seperti rasa, aroma, warna, tekstur, dan ketebalan.

Salah satu produk inovasi adalah rempeyek dengan substitusi tepung kacang hijau. Produk ini kemungkinan memiliki rasa yang gurih tidak terasa tepung kacang hijau dan tidak terasa getir tepung kacang hijau, warna kuning keemasan, tekstur sangat renyah, dan memiliki ketebalan yang sangat tipis. Rasa khas tepung kacang hijau yaitu gurih dan terasa rempah yang berasal dari daun jeruk purut, berwarna kuning keemasan karena pemakaian tepung kacang hijau tidak lebih dari 50% sehingga tidak merusak warna adonan, bertekstur renyah karena memiliki adonan yang sedikit kental dan digoreng menggunakan cetakan sehingga memiliki ketebalan yang sangat tipis dan renyah jika digoreng.

Dengan substitusi tepung kacang hijau nilai gizi, khususnya protein, sumber mineral penting yaitu kalsium dan fosfor, vitamin B1 dan B2 akan meningkat. Dan mengurangi kandungan lemak jenuh karena kacang hijau kandungan lemaknya merupakan asam lemak tak jenuh baik bagi orang yang menghindari konsumsi lemak tinggi.

Kadar amilosa pada tepung beras umumnya adalah 25%, pengaruhnya adalah setelah melalui proses pemasakan produk makanan yang menggunakan tepung beras seperti kerupuk akan keras apabila sudah mencapai suhu ruang (Muchtadi, 2013:218). Sedangkan Kacang hijau merupakan salah satu kacang-kacangan yang dimanfaatkan sifat fungsional dari patinya, yaitu dibuat tepung hung kue. Pati kacang hijau terdiri dari amilosa 28,8% (Muchtadi, 2013:219). Maka kedua bahan tersebut memiliki salah satu zat yang sama yang dibutuhkan untuk membuat rempeyek agar bisa renyah. Karena pada penelitian ini akan dilihat sampai berapa persen tepung tepung beras bisa disubstitusi dengan kacang hijau dan bagaimana penerimaan produk inovasi ini terhadap masyarakat.

Kualitas produknya memiliki rasa yang sedikit berbeda dengan rempeyek yang terbuat dari 100% tepung beras. Maka dari hasil diatas kemungkinan rempeyek dapat diterima oleh masyarakat karena kemungkinan hasil produk inovasi yaitu rempeyek substitusi tepung kacang hijau memiliki tekstur yang tipis dan renyah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Laboratorium Pengolahan Pangan Program Studi Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2016 hingga selesai. Penelitian untuk penerimaan konsumen dilakukan di Kelurahan Bakti Jaya Kecamatan Setu, Tangerang Selatan. Peneliti mengambil daerah tersebut karena meneliti secara general atau acak.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada serta mencari keterangan-keterangan faktual dalam bidang keputusan menerima produk baru, dari kelompok konsumen. Dalam penelitian *survey*, peneliti menyeleksi suatu sampel dari responden dan menggunakan kuesioner atau untuk mengumpulkan informasi terhadap variabel yang menjadi perhatian peneliti. Data yang dikumpulkan kemudian digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dari populasi tertentu.

Penelitian *survey* pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap rempeyek kacang hijau ditinjau substitusi dengan tepung kacang hijau.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau obyek yang memiliki sifat-sifat umum. Populasi adalah keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama (Santoso,2005:46). Populasi dalam penelitian ini yaitu di Kelurahan Bakti Jaya Kecamatan Setu, Tangerang Selatan.

Berdasarkan populasi target penelitian ini mengambil data di kelurahan Bakti Jaya dengan mengambil beberapa sampel RW secara *random*. Populasi target kelurahan Bakti Jaya mengambil 4 rukun warga (RW), yaitu RW 002, RW 005, RW 007, dan RW 010, lalu di ambil secara acak dengan cara *random* untuk menentukan populasi terjangkau, dari 4 rukun warga (RW) ada 360 orang dari setiap rumah tangga. Populasi terjangkau ditentukan setelah mendapatkan populasi target, dari 4 rukun warga (RW) diambil secara acak lagi untuk menentukan populasi terjangkau. Terdapat wilayah RW 002 dan RW 007 sebanyak 160 orang yang tinggal di daerah tersebut untuk pengambilan sampel. Uji penerimaan konsumen setelah menentukan jumlah sampel yang harus dilakukan (Husein,2000:146).

3.3.2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atas sebagian dari populasi (Santoso,2005:46). Sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat umum di kelurahan Bakti Jaya, Kecamatan Setu. Pengambilan sampel secara umum dikarenakan rempeyek sudah banyak dikenal dan dikonsumsi masyarakat di semua golongan. Cara penentuan sampel berdasarkan populasi target dan populasi terjangkau.

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%, karena dalam setiap penelitian hasil tidak sempurna 100%, semakin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel (Husein, 2000: 146).

Perhitungan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

Jumlah populasi adalah 160 dan tingkat kesalahan adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{160}{1 + (160 \times (0,10)^2)} = 61,53 = 62$$

Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 62 orang masyarakat umum yang tinggal di RW 002 dan RW 007 di kelurahan Bakti Jaya, Kecamatan Setu. Dengan menggunakan rumus uji slovin maka dapat ditetapkan jumlah populasi yang akan diambil peneliti dalam menggunakan penelitian selanjutnya.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak (*cluster random sampling*) atau teknik pengambilan data secara acak dengan memberikan kuesioner yang bersifat tertutup, yaitu dengan mengambil responden masyarakat umum. Diambil sampel dari satu kelurahan secara random dan didapatkan sampel

2 (dua) RW sebanyak 160 warga, lalu dihitung dengan menggunakan rumus slovin dihasilkan 62 orang yang akan mengisi kuesioner dengan cara ditetapkan mengambil nama secara acak untuk ditentukan sebagai responden lalu diberikan 1 sampel terbaik kemudian responden mengisi kuesioner untuk penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan semua keadaan, faktor, kondisi, perlakuan atau tindakan yang dapat mempengaruhi hasil eksperimen. Penelitian ini melibatkan satu variabel yaitu variabel terikat adalah penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

3.4.1. Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka ini di cari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Mencari formula resep standar rempeyek, lalu melakukan eksperimen untuk mendapatkan rempeyek yang bertekstur tipis dan berbentuk bulat. Kemudian mencari teknik pembuatan tepung kacang hijau yang berkualitas dari berbagai sumber atau literatur yang ada. Referensi untuk mencari teori-teori tentang penerimaan konsumen terhadap produk inovasi dan perilaku konsumen. Literatur dicari guna untuk mendapatkan materi sebagai sumber penelitian ini, berdasarkan buku literatur, jurnal penulisan dan internet.

3.5 Definisi Operasional

Secara operasional rencana penelitian dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Rempeyek substitusi tepung kacang hijau adalah makanan pelengkap atau camilan renyah berbahan dasar utama tepung beras yang disubstitusi tepung kacang hijau kemudian dicampur biji kacang hijau kupas didalam adonan dan diberi bumbu kemudian diolah dengan teknik penggorengan secara manual (menggunakan suhu tinggi dan media pengantar minyak goreng).
2. Penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau dalam penelitian ini ialah keputusan untuk menggunakan produk berdasarkan aspek kesadaran, minat, evaluasi, percobaan dan penerimaan yang dinilai oleh responden untuk mengetahui kesukaan konsumen. Penilaian ini menggunakan kuesioner tertutup.

3.6 Desain Penelitian

Penelitian ini dibagi menjadi 2 tahapan yaitu penelitian pendahuluan dan penelitian lanjutan.

3.6.1. Penelitian Pendahuluan

Penelitian pendahuluan dilakukan dengan uji coba produk. Untuk memperoleh formula terbaik dari 3 (tiga) formula dilakukan penelitian oleh 5 (lima) orang panelis ahli untuk memilih 1 (satu) produk yang terbaik. Setelah terpilih 1 produk maka dilanjutkan ke tahap penelitian lanjutan untuk menguji validitas instrumen untuk penerimaan konsumen. Dari hasil penelitian dihitung uji

validitas dan reliabilitasnya untuk melihat valid atau tidaknya dari setiap butir pernyataan yang ada dalam instrumen.

3.7 Validasi Produk

Berikut ini akan dibahas hasil dari validasi produk maka ada tahapan yang harus dilakukan, yaitu membuat produk tepung kacang hijau sampai ke tahap pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Langkah-langkah tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil Uji Coba Pembuatan Tepung Kacang Hijau

Melalui hasil uji coba produk langkah yang pertama yaitu membuat tepung kacang hijau selama 1 (satu) kali proses uji coba. Tahap pembuatan tepung kacang hijau dapat dilihat dari aspek kehalusan butiran tepung yang baik karena memakai saringan 100 *mesh*.

2. Hasil Uji Coba Pembuatan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau.

Dilakukan uji coba pertama pada pembuatan rempeyek (kontrol). Hasil dari uji coba ini sudah langsung menghasilkan produk terbaik karena mencoba dari standar resep dibuku Rempeyek Kacang Tanah. Uji coba tahap kedua percobaan pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Percobaan ini membuat perlakuan pada 30%, 40% ,50%, dan 60%. Tahap ini dapat dilihat dari aspek rasa yang sudah baik tetapi pada persentase substitusi tepung kacang hijau 60% memiliki kualitas yang kurang baik, warna rempeyek agak kecoklatan dan rasa tepung kacang hijau yang memiliki *after taste* getir di lidah semakin kuat. Sehingga perlakuan yang digunakan pada penelitian ini adalah mensubstitusi

dengan tepung kacang hijau persentase 30%, 40%, dan 50% dan dilanjutkan ke tahap validasi produk.

3. Hasil Uji Validasi Produk Kepada Panelis Ahli

Validasi produk untuk menentukan hasil yang terbaik dari ketiga perlakuan produk penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Validasi dilakukan jika produk sudah berkualitas baik kemudian disebar kepada 5 (lima) dosen ahli agar hasil menjadi lebih akurat. Validasi produk berdasarkan 6 aspek yaitu warna, aroma, rasa saat dimakan, rasa setelah dimakan (*after taste*), tekstur, dan ketebalan. Setelah produk divalidasikan kepada panelis ahli didapatkan 1 (satu) produk terbaik, dari 3 (tiga) perlakuan dengan persentase 30%, 40% dan 50% terpilih produk dengan persentase substitusi tepung kacang hijau 30%. Penentuan produk terbaik lalu bisa dijadikan sampel untuk mengambil data ke lapangan. (penjelasan lihat lampiran 8).

3.8 Instrumen Penelitian

Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner, untuk menguji kualitas dari produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau menggunakan survei data. Untuk mendapatkan data yang dikumpulkan, maka penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner. Jawaban kuesioner ini sudah ditentukan sehingga responden tidak bisa memberikan jawaban lain sebelumnya. Kemudian variabel penelitian penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau diturunkan dari

indikator dan kisi-kisi yang kemudian dijadikan dasar-dasar penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data nominal yang dinyatakan dengan skala penelitian menurut Guttman yang berbeda-beda setiap indikator.

Dalam penyusunan instrumen variabel penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau, kisi-kisinya terdiri 30 butir pernyataan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1. Kisi-Kisi Kuesioner

Indikator	Sub Indikator	Kisi-Kisi
Kesadaran	Pengetahuan	a. Mengetahui definisi dan kegunaan produk rempeyek
	Sikap	b. Menyadari adanya produk baru
	Perilaku	c. Menggunakan produk
Minat	Mencari Informasi	d. Keinginan untuk mencari informasi tentang produk baru
Evaluasi	Penilaian	e. Penilaian terhadap produk baru
Percobaan	Warna	f. Menilai warna produk
	Aroma	g. Menilai aroma produk
	Rasa Saat Dimakan	h. Menilai rasa saat dimakan produk
	Rasa After Taste	i. Menilai rasa after taste produk
	Tekstur	j. Menilai tekstur produk
	Ketebalan	k. Menilai ketebalan produk
Penerimaan	Warna	l. Menyukai warna produk
	Aroma	m. Menyukai aroma produk
	Rasa Saat Dimakan	n. Menyukai rasa saat dimakan produk
	Rasa After Taste	o. Menyukai rasa after taste produk
	Tekstur	p. Menyukai tekstur produk
	Ketebalan	q. Menyukai ketebalan produk
	Produk Baru	r. Keputusan untuk menerima atau menolak produk

3.9 Penelitian Lanjutan

Setelah mendapatkan formula terbaik dalam pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau, maka penelitian dilanjutkan dengan menguji penerimaan konsumen pada sampel kelurahan Bakti Jaya, kecamatan Setu. Uji

penerimaan konsumen sudah berjalan dilanjutkan untuk menghitung hasil instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen langkah yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Validasi kepada panelis ahli sebanyak 2 orang untuk memberikan masukan terhadap instrumen yang akan diturunkan ke lapangan. Sudah dihasilkan masukan dari 2 panelis ahli yaitu menggunakan *option* atau pilihan pernyataan positif dan negatif, menggunakan bahasa yang baik dan benar, dan format penulisan serta penggunaan tata bahasa dalam kuesioner.
2. Uji coba ke lapangan dengan mengambil data sebanyak 10 responden untuk menghitung hasil dari validitas dan reliabilitas instrumen.
3. Menghitung hasil dari validitas dan reliabilitas instrumen karena untuk menentukan pernyataan tersebut valid atau tidak nya (lihat lampiran).

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiono, 2012: 168). Suatu instrumen penelitian dikatakan berkualitas dan dapat dipertanggung jawabkan jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen harus disesuaikan dengan bentuk instrumen yang akan digunakan dalam penelitian.

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiono, 2012: 168).

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan (Umar, 2008:52). Langkah-langkah mengukur validitas menurut Husein Umar, 2008: 52 adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan uji coba kuesioner dengan meminta 10 responden menjawab pertanyaan yang ada, jumlah ini akan mendekati kurva normal.
- b. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- c. Menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, memakai rumus korelasi product moment, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{xy} = angka indeks korelasi “r” *product moment*

n = *number of cases*

$\sum XY$ = jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y.

$\sum X$ = jumlah seluruh skor X.

$\sum Y$ = jumlah seluruh skor Y.

Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,6319 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Berdasarkan analisis faktor bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik (Sugiyono, 2012: 173).

Mengkorelasi antar skor butir dengan skor total (Y), jadi bila harga korelasi di bawah 0,63 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang (Sugiono, 2012: 174). Hasil perhitungan dapat dilihat di lampiran 11.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown. Dilakukan dengan cara membagi tes menjadi dua bagian yang relatif sama (banyaknya soal sama), sehingga masing-masing tes mempunyai dua macam skor, yaitu skor belahan pertama (awal/ skor nomer ganjil) dan skor belahan kedua (akhir/ skor nomer genap). Koefisien reliabilitas keseluruhan tes dihitung menggunakan formula Spearman Brown (Sugiono, 2012:184).

Rumus uji reliabilitas menurut Spearman Brown yaitu:

$$r_i = \frac{2 \cdot n}{1 + n}$$

r_i = reliabilitas internal seluruh instrumen

n = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban hanya dua, misal: Ya dinilai 1 dan Tidak dinilai 0, jumlah butir pertanyaan genap. Korelasikan skor belahan pertama dengan skor belahan kedua, yang menunjukkan nilai r_{xy} .

Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas:

$$r_i = \frac{2 \cdot n}{(1 + n)}$$

$$r_{11} = \frac{(2)(0,989)}{(1 + 0,989)}$$

$$r_{11} = \frac{1978}{1987}$$

$$r_{11} = 0,994$$

Kategori koefisien reliabilitas (Guilford, 1956:145) adalah sebagai berikut:

- $0,80 < r_{11} < 1,00$ reliabilitas sangat tinggi
- $0,60 < r_{11} < 0,80$ reliabilitas tinggi
- $0,40 < r_{11} < 0,60$ reliabilitas sedang
- $0,20 < r_{11} < 0,40$ reliabilitas rendah
- $-1,00 < r_{11} < 0,20$ reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel).

Dengan metode ini kuesioner tersebut reliabel dan dinyatakan memiliki hubungan yang sangat erat atau reliabilitas sempurna terhadap variabel yang diukur karena berada pada rentangan $0,90 < 1,00$.

Untuk analisis validitas dan reliabilitas dilakukan dua tahap yaitu melihat apakah item valid dan reliabel terhadap dimensi, kemudian melihat apakah item-item tersebut valid dan reliabel terhadap variabel yang diukur.

Tabel 3.2 Hasil Validasi Butir Instrumen

Indikator	Sub indicator	No butir valid	Jumlah hasil butir
KESADARAN	Pengetahuan	1,3,4,5,6	5
	Sikap	7,8	2
	Perilaku	9	1
MINAT	Mencari Informasi	10,11,13,14,15	5
EVALUASI	Penilaian Terhadap Produk Baru	16,17	2
PERCOBAAN	Menilai Warna	18	1
	Menilai Aroma	19	1
	Menilai Rasa Saat Dimakan	20	1
	Menilai Rasa Setelah Dimakan	21	1
	Menilai Tekstur	22	1
	Menilai Ketebalan	23	1
PENERIMAAN	Menyukai Warna	24	1
	Menyukai Aroma	25	1
	Menyukai Rasa Saat Dimakan	26	1
	Menyukai Rasa Setelah Dimakan	27	1
	Menyukai Tekstur	28	1
	Menyukai Ketebalan	29	1
	Keputusan Menerima Atau Menolak Produk Baru	30	1
JUMLAH			28

Hasil pada tabel 3.2 adalah total instrumen hanya yang valid saja, pengukuran tersebut sudah diukur dengan uji validitas dan reabilitas sebanyak 10 orang. Dari 30 butir pernyataan setelah dilakukan validasi terdapat 28 pernyataan

yang valid. Pernyataan mewakili aspek kesadaran, minat, evaluasi, percobaan dan penerimaan.

3.12 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data menggunakan instrumen pernyataan untuk mengetahui data dari sampel penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau, menggunakan uji suka atau tidak suka terhadap produk tersebut karena sampel panelis yang akan diambil adalah masyarakat umum karena produk rempeyek sudah dikenal oleh masyarakat luas. Agar lebih akurat dilakukakn uji kepada penelis dilakukan hanya satu kelurahan saja. Panelis diminta untuk memberikan saran atas produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

3.13 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji penelitian produk penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau menggunakan teknik analisis deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan data yang telah terkumpul untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013:147). Data dikumpulkan melalui hasil survei dengan pengambilan data kuesioner yang dilakukan di lapangan. Jawaban responden ditabulasi, dipresentasikan, dan dianalisis untuk mendapatkan gambaran penilaian responden terhadap aspek kuesioner. Hasil dari analisis lalu dibuat dalam persentase dan dihitung berdasarkan nilai rata-rata (mean) untuk kemudian

dianalisis secara deskripsi untuk menilai penerimaan konsumen terhadap produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

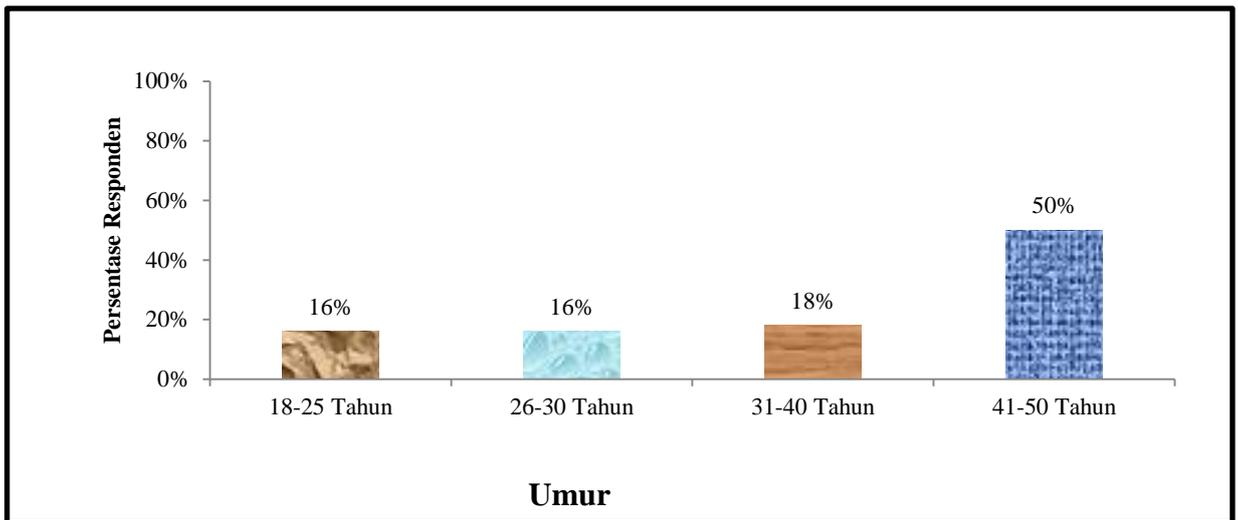
Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan teknik analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau di Kelurahan Bakti Jaya, Kecamatan Setu, Tangerang Selatan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bulan Februari 2016 sampai Januari 2017, diperoleh hasil sebagai berikut:

4.1.1 Identitas Responden

Data diperoleh dengan cara memberikan kuesioner tertutup yang berisikan butir pernyataan kepada 62 responden. Masyarakat umum yang dijadikan responden dideskripsikan berdasarkan umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

1. Responden Berdasarkan Usia

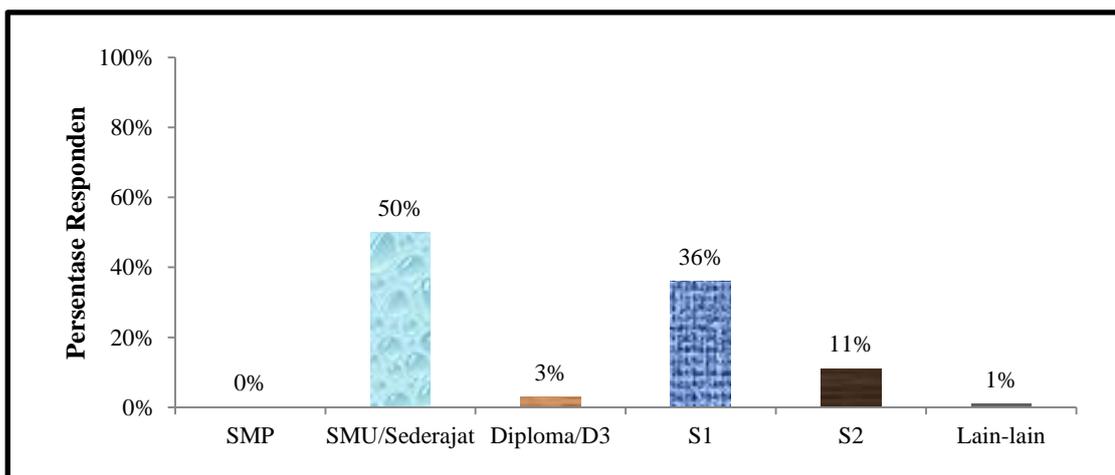
Pada gambar 4.1 menunjukkan dari 62 responden, jumlah responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 10 orang (16%), berusia 26-30 tahun sebanyak 10 orang (16%), berusia 31-40 tahun sebanyak 11 orang (18%), dan berusia 41-50 tahun sebanyak 31 (50%). Rentangan usia ditentukan untuk mengetahui usia responden sesuai dengan golongan usia. Gambar 4.1 dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Usia

2. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

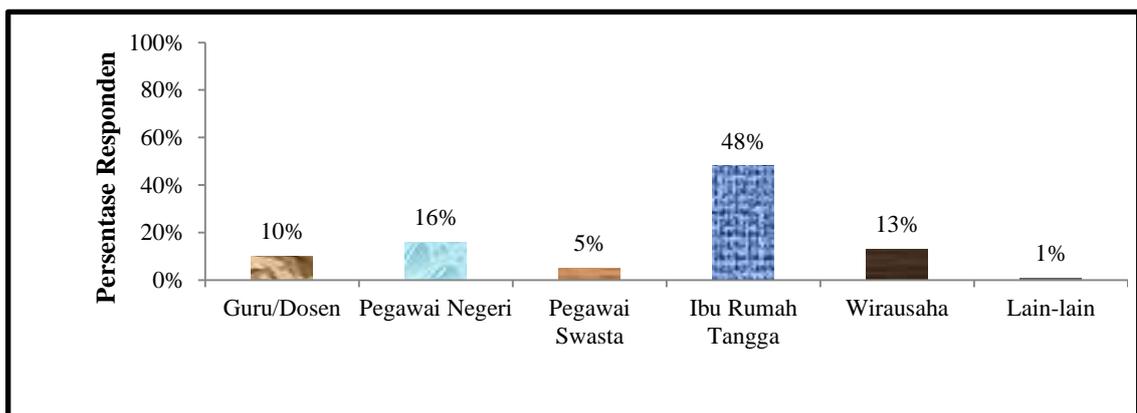
Pada gambar 4.2 dari 62 responden, tidak ada responden dengan pendidikan terakhir SMP, SMU/Sederajat sebanyak 31 orang (50%), Diploma/D3 sebanyak 2 orang (3%), S1 sebanyak 22 orang (36%), S2 sebanyak 7 orang (11%) dan tidak ada responden dengan pendidikan terakhir lainnya. Pada gambar 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden dengan pendidikan terakhir SMU/Sederajat sebanyak 31 orang (50%). Gambar 4.2 dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada gambar 4.3 menunjukkan dari 62 responden, jumlah responden dengan pekerjaan guru/dosen sebanyak 6 orang (10%), responden dengan pekerjaan pegawai negeri sebanyak 10 orang (16%), responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 3 orang (5%), responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 30 orang (48%), responden dengan pekerjaan wirausaha sebanyak 8 orang (13%) dan responden dengan pekerjaan terakhir lainnya sebanyak 5 orang (8%). Berdasarkan gambar 4.3 maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 30 orang (48%). Gambar 4.3 dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

4.1.2 Hasil Penelitian Penerimaan Konsumen

Dibawah ini akan dijelaskan hasil penelitian secara deskripsi dari setiap indikator. Untuk mengetahui penerimaan konsumen yang lebih rinci, maka setiap butir pernyataan kuesioner di tabulasi dan dideskripsikan hasil rata-rata nya (*mean*).

Dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 62 responden pada aspek kesadaran yang sub indikatornya berupa pengetahuan, perilaku dan sikap.

Consumer awareness tidak akan didapatkan tanpa adanya pengetahuan konsumen (*consumer knowledge*), sikap konsumen (*consumer attitude*), dan perilaku konsumen (*consumer behavior*). Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Data Deskriptif Aspek Kesadaran

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 62 responden pada aspek kesadaran yang sub indikatornya berupa pengetahuan, perilaku dan sikap. *Consumer awareness* tidak akan didapatkan tanpa adanya pengetahuan konsumen (*consumer knowledge*), sikap konsumen (*consumer attitude*), dan perilaku konsumen (*consumer behavior*). Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

A. Pengetahuan

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk (Sumarwan, 2002:53).

Tabel 4.1 Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Pengetahuan

No	Pernyataan	Jawaban Benar		Jawaban Salah		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Adonan rempeyek dibuat dari bahan utama tepung beras.	58	94	4	6	62	100
2	Rempeyek merupakan salah satu produk/makanan selingan tradisional Indonesia	57	92	5	8	62	100
3	Bentuk rempeyek ada (2) macam yaitu berbentuk bulat dan tidak beraturan	52	84	10	16	62	100
4	Rempeyek memiliki tekstur yang renyah ketika dimakan	55	89	7	11	62	100
5	Rempeyek dapat dikreasikan dengan menambahkan macam-macam bahan makanan hewani dan nabati seperti kacang tanah, udang, ikan teri sebagai taburannya.	55	89	7	11	62	100

Pada tabel 4.1 tentang aspek kesadaran yang meliputi pengetahuan. Jika dirinci masing-masing pernyataan tentang bahan utama rempeyek sebanyak 58 (94%) menjawab benar, pernyataan tentang pengertian rempeyek sebanyak 57 (92%) menjawab benar, pernyataan tentang bentuk rempeyek sebanyak 52 (84%) menjawab benar, pernyataan tentang tekstur rempeyek sebanyak 55 (89%) menjawab benar, pernyataan tentang penambahan bahan makanan kedalam rempeyek sebanyak 55 (89%) menjawab benar. Rata-rata 55,4 (89,4%) reponden menjawab benar.

B. Sikap

Pada prinsip-prinsip pemasaran, sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan kecendrungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan (Kotler dan Armstrong, 1997:173).

Tabel 4.2 Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Sikap

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Apabila ada inovasi baru produk rempeyek saya akan mencoba	58	93	4	6	62	100
2	Saya tertarik untuk membeli produk rempeyek inovasi baru	55	89	7	11	62	100

Berdasarkan tabel 4.2, tentang aspek sikap yang meliputi pengetahuan. Jika dirinci masing-masing pernyataan nomer 1 tentang mencoba inovasi produk baru 58 (93%) menjawab akan mencoba inovasi baru produk rempeyek, berdasarkan pernyataan nomer 2 responden sebanyak 55 (89%) menjawab tertarik membeli produk rempeyek inovasi. Rata-rata 56,5 (91,1%) responden menjawab ya.

C. Perilaku

Menurut Solomon (2007:32), perilaku konsumen merupakan proses ketika individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya.

Tabel 4.3 Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Perilaku

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Saya akan membeli produk rempeyek hanya pada saat saya menginginkannya saja	54	87	8	13	62	100

Pada tabel 4.3, dapat dilihat pernyataan tentang perilaku menggunakan produk 54 (87%) menjawab akan membeli rempeyek hanya saat menginginkannya saja.

2. Data Deskriptif Aspek Minat

Dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 62 responden pada aspek minat sub indikator berupa mencari informasi akan dijelaskan sebagai berikut:

D. Minat

Tabel 4.4 Penilaian Aspek Minat

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Saya berniat untuk mencicipi produk inovasi baru dari rempeyek	60	97	2	3	62	100
2	Apabila ada bahan dasar lain yang dapat digunakan pada pembuatan rempeyek saya ingin mencoba menggunakan nya	56	90	6	10	62	100
3	Saya berminat untuk mencoba inovasi baru dari produk rempeyek	57	92	5		62	100
4	Saya ingin mengetahui bahan yang digunakan pada pembuatan produk rempeyek tepung kacang hijau.	56	90	6		62	100
5	Saya ingin mengetahui proses pembuatan inovasi baru pada produk rempeyek tepung kacang hijau	58	94	4		62	100

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat pada butir pernyataan 1 terdapat 60 (97%) berniat untuk mencicipi produk baru rempeyek. Pada butir pernyataan 2 terdapat 56 (90%) responden ingin mencoba menggunakan bahan lain untuk membuat rempeyek. Pada pernyataan nomer 3 terdapat 57 (92%) responden berniat mencoba inovasi baru rempeyek. Pada pernyataan nomer 4 terdapat 56 (90%) responden yang ingin mengetahui bahan yang digunakan pada pembuatan rempeyek kacang hijau. Pada pernyataan nomer 5 terdapat 58 (94%) responden ingin mengetahui proses pembuatan rempeyek kacang hijau.

3. Data Deskriptif Aspek Evaluasi

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 62 responden pada aspek evaluasi yang sub indikatornya berupa penilaian produk. Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Penilaian Aspek Evaluasi Pada Sub Indikator Penilaian

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau merupakan produk inovasi baru.	58	94	4	6	62	100
2	Inovasi pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau merupakan ide yang kreatif.	55	89	7	11	62	100

Pada tabel 4.5, pernyataan nomer 1 sebanyak 58 (54%) responden menjawab pernyataan tentang penilaian rempeyek kacang hijau sebagai produk inovasi. Pada pernyataan nomer 2 sebanyak 55 (89%) responden menjawab pernyataan mengenai inovasi rempeyek kacang hijau adalah ide yang kreatif.

4. Data Deskriptif Aspek Percobaan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 62 responden pada aspek percobaan sub indikator berupa mencoba dari aspek warna, aroma, rasa saat dimakan, rasa setelah dimakan, tekstur, dan ketebalan. Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

A. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Warna

Warna makanan bisa dilihat dengan indera pengelihatan atau bisa dinilai dengan uji organoleptik. Warna adalah kesan kedua setelah bentuk saat kita

menilai makanan dengan sepiantas. Berikut ini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator warna:

Tabel 4.6 Penilaian Aspek Percobaan Sub Indikator Warna

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Produk rempeyek tepung kacang hijau memiliki warna kuning keemasan.	57	92	5	8

Berdasarkan tabel 4.6 dinyatakan 57 (92%) responden mengatakan produk rempeyek tepung kacang hijau berwarna kuning keemasan.

B. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Aroma

Aroma bisa dirasakan melalui indera penciuman. Aroma mempengaruhi tingkat selera seorang konsumen terhadap suatu produk. Rempeyek memiliki aroma khas yang dapat menambah selera makan karena terdapat bumbu dan rempeh serta irisan daun jeruk sehingga menghasilkan aroma harum. Berikut ini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator aroma:

Tabel 4.7 Penilaian Aspek Percobaan Sub Indikator Aroma

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Produk rempeyek tepung kacang hijau memiliki aroma yang harum.	59	95	3	5

Pada tabel 4.7 terdapat 59 (95%) responden menyukai aroma harum yang dimiliki rempeyek tepung kacang hijau.

C. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa Saat Dimakan

Rasa merupakan penilaian utama untuk setiap produk. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian dari rasa adalah tanggapan indera terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam terhadap indera pengecap, atau panas, dingin, nyeri terhadap indera perasa. Berikut ini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator rasa:

Tabel 4.8 Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa Saat Dimakan

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Produk rempeyek tepung kacang hijau memiliki rasa sangat gurih.	53	85	9	15

Pada tabel 4.8 terdapat 53 (85%) responden menyetujui pernyataan yang menyatakan rempeyek tepung kacang hijau memiliki rasa yang sangat gurih.

D. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa Setelah Dimakan

After taste merupakan istilah yang menggambarkan sensasi rasa yang tertinggal dimulut setelah memakan atau mencoba sesuatu didalam mulut. Sensasi ini bisa tidak ada samasekali, hanya sekedar, atau bertahan cukup lama. Tepung kacang hijau pada adonan rempeyek akan menimbulkan rasa after tase yang terasa getir di lidah.

Tabel 4.9 Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa Setelah Dimakan

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Produk rempeyek kacang hijau tidak terasa getir di lidah setelah dimakan.	58	94	4	6

Pada tabel 4.9 terdapat 58 (94%) responden tidak merasakan getir dilidah setelah makan rempeyek tepung kacang hijau.

E. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Tekstur

Tekstur yang dihasilkan produk menjadi salah satu penilaian yang penting saat uji organoleptik setiap produk makanan. Tekstur yang tidak sesuai dengan seharusnya akan mengurangi penilaian suatu produk. Pada produk rempeyek kacang hijau, konsumen akan menilai kerenyahan produk. Berikut ini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator tekstur:

Tabel 4.10 Penilaian Aspek Percobaan Sub Indikator Tekstur

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Produk rempeyek tepung kacang hijau memiliki tekstur sangat renyah	62	100	0	0	62	100

Berdasarkan tabel 4.10 terdapat 62 (100%) responden menyatakan rempeyek tepung kacang hijau memiliki tekstur yang sangat renyah.

F. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Ketebalan

Ketebalan yang dihasilkan produk menjadi salah satu penilaian yang penting saat uji organoleptik setiap produk makanan. Semakin tipis produk rempeyek maka akan menghasilkan tekstur yang renyah.

Berikut ini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator percobaan:

Tabel 4.11 Penilaian Aspek Percobaan Sub Indikator Ketebalan

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Ukuran ketebalan produk rempeyek tepung kacang hijau sangat tipis.	52	84	10	16	62	100

Pada tabel 4.11 terdapat 52 (84%) responden menyatakan Ukuran ketebalan produk rempeyek tepung kacang hijau sangat tipis.

5. Data Deskriptif Aspek Penerimaan

Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 62 responden pada aspek penerimaan sub indikator berupa menilai dari aspek warna, aroma, rasa saat dimakan, rasa setelah dimakan, tekstur, ketebalan, dan produk baru. Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

A. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Warna

Tabel 4.12 Penilaian Aspek Percobaan Sub Indikator Warna

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Saya menyukai warna produk rempeyek tepung kacang hijau.	57	92	5	8	62	100

Berdasarkan tabel 4.6 dinyatakan 57 (92%) responden menyukai warna produk rempeyek tepung kacang hijau.

B. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Aroma

Tabel 4.13 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Aroma

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Saya menyukai aroma produk rempeyek tepung kacang hijau.	56	90	6	10	62	100

Pada tabel 4.13 terdapat 56 (90%) responden menyukai aroma produk rempeyek tepung kacang hijau.

C. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Rasa Saat Dimakan

Tabel 4.14 Penilaian Aspek Penerimaan Pada Sub Indikator Rasa Saat Dimakan

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Saya menyukai rasa produk rempeyek tepung kacang hijau saat dimakan.	56	90	6	10	62	100

Pada tabel 4.14 terdapat 56 (90%) responden menyukai rasa produk rempeyek tepung kacang hijau saat dimakan.

D. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Rasa Setelah Dimakan

Tabel 4.15 Penilaian Aspek Penerimaan Pada Sub Indikator Rasa Saat Dimakan

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
1	Saya menyukai rasa produk rempeyek tepung kacang hijau setelah dimakan.	57	92	5	8	62	100

Pada tabel 4.15 terdapat 57 (92%) responden menyukai rasa produk rempeyek tepung kacang hijau setelah dimakan.

E. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Tekstur

Tabel 4.16 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Tekstur

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Saya menyukai kerenyahan produk rempeyek tepung kacang hijau.	58	94	4	6

Pada tabel 4.16 terdapat 58 (94%) responden menyukai kerenyahan produk rempeyek tepung kacang hijau.

F. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Ketebalan

Tabel 4.17 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Ketebalan

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Saya menyukai ketipisan produk rempeyek tepung kacang hijau	56	90	6	10

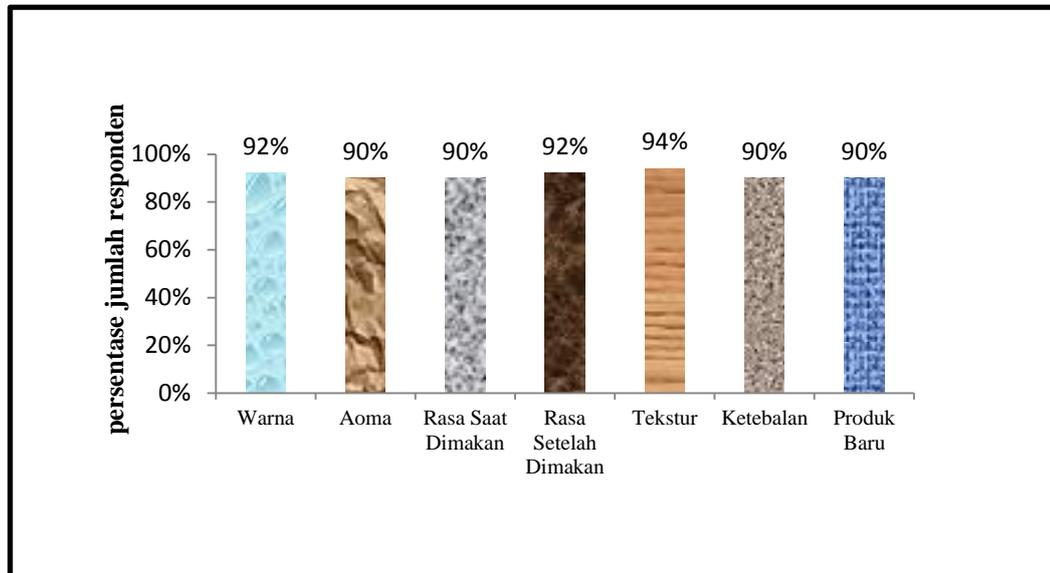
Pada tabel 4.17 terdapat 56 (90%) responden menyukai ketipisan produk rempeyek tepung kacang hijau.

G. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Produk Baru

Tabel 4.18 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Produk Baru

No	Pernyataan	Jawaban Ya		Jawaban Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%
		1	Jika produk rempeyek tepung kacang hijau ini dijual di pasar, saya akan membeli.	56	90	6	10

Berdasarkan tabel 4.18 terdapat 56 (90%) responden ingin membeli produk rempeyek tepung kacang hijau jika dijual di pasar.



Gambar 4.4 Hasil Penerimaan Konsumen Terhadap Aspek Penerimaan

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Penerimaan Konsumen

1. Penerimaan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau Terhadap Aspek Kesadaran

Kesadaran merupakan tahapan dimana individu berkenalan dengan produk baru pada situasi ini ketika menyadari adanya inovasi atau produk baru, tetapi konsumen masih kekurangan informasi tentang produk tersebut. Kesadaran adalah ketika konsumen menyadari akan produk baru tetapi kekurangan informasi tentang produk baru tersebut. Perkembangan kesadaran terhadap produk ditentukan berdasarkan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behaviour*) (Kotler, 2002:184).

Berdasarkan hasil penelitian untuk aspek kesadaran didapatkan hasil, bahwa sebanyak 58 (94%) responden mengetahui bahwa rempeyek terbuat dari bahan utama tepung beras. Responden yang mengetahui bahwa rempeyek merupakan salah satu produk/selingan tradisional Indonesia sebanyak 57 (92%). Responden yang mengetahui bahwa bentuk rempeyek ada (2) macam yaitu berbentuk bulat dan tidak beraturan berjumlah 52 (84%). Kemudian responden mengetahui tempeyek memiliki tekstur renyah ketika dimakan sebanyak 55 (89%). Responden sebanyak 55 (89%) mengetahui bahwa rempeyek dapat dikreasikan dengan menambahkan macam-macam bahan makanan hewani dan nabati seperti kacang tanah, udang, ikan teri sebagai taburannya.

Hal ini selaras dengan pendapat Sarasati, Rempeyek atau biasa disebut dengan peyek adalah makanan pelengkap atau camilan berbahan utama tepung beras, sagu, telur, santan, dan bumbu rempah seperti ketumbar, kemiri, bawang putih, cincangan daun jeruk purut kemudian diberi *topping* aneka kacang-kacangan seperti kacang tanah, kacang kedelai, kacang hijau, atau dengan ikan teri kemudian diolah dengan teknik penggorengan secara manual (mengggunakan suhu tinggi dan media pengantar minyak goreng) untuk memperoleh produk olahan yang kering dan renyah serta dapat disajikan/ dinikmati dalam beberapa aneka hidangan, seperti pecel, gado-gado, nasi kuning, dll. Menurut bentuk dan banyaknya kacang yang digunakan, peyek kacang dibagi menjadi dua jenis, yaitu peyek berbentuk bulat pipih beraturan 6—10 cm dan peyek yang berbentuk tidak beraturan (Sarasati,2012:10).

Berdasarkan hasil penelitian pada aspek sub indikator sikap sebanyak 58 (93%) responden akan mencoba apabila ada inovasi produk baru pada rempeyek,

sebanyak 55 (89%) responden tertarik untuk membeli produk rempeyek inovasi baru. Dapat disimpulkan bahwa responden menyadari produk dengan cara menilai produk rempeyek tepung kacang hijau merupakan produk baru yang belum ada dipasaran, hal ini sesuai dengan teori Sumarwan (2012) yang menjelaskan sikap konsumen (*consumer attitude*) dapat diartikan sebagai evaluasi seseorang terhadap suatu produk (Sumarwan, 2012: 280).

Berdasarkan hasil penelitian pada sub indikator perilaku, sebanyak 54 (87%) responden akan membeli produk rempeyek hanya pada saat menginginkannya saja. Menurut Solomon (2007:32), perilaku konsumen merupakan proses ketika individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya.

2. Penerimaan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau Terhadap Aspek Minat

Pada hasil penelitian untuk aspek minat didapatkan hasil, bahwa lebih dari 90% responden responden ingin mecicipi rempeyek yang disubstitusi tepung kacang hijau dan ingin mengetahui keunggulan produk rempeyek tepung kacang hijau dan dapat disimpulkan bahwa responden berminat dengan cara mencari informasi produk rempeyek tepung kacang hijau berdasarkan keinginan mencoba produk dan keinginan mengetahui keunggulan produk rempeyek tepung kacang hijau, hal ini selaras dengan teori tentang pengertian minat terhadap suatu produk. Menurut Kotler (2002), tahapan minat adalah konsumen mulai mencari informasi

mengenai produk baru. Kesadaran yang menyebabkan timbulnya perhatian yang disebut minat (Kotler, 2002:183).

3. Penerimaan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau Terhadap Aspek Evaluasi

Berdasarkan hasil penelitian untuk aspek evaluasi didapatkan hasil, bahwa lebih dari 90% responden menilai produk rempeyek tepung kacang hijau mempunyai manfaat karena pengurangan penggunaan tepung beras dan produk rempeyek tepung kacang hijau merupakan produk inovasi baru. Dapat disimpulkan bahwa responden mengevaluasi dengan cara menilai produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau berdasarkan manfaat produk dan keberadaan produk rempeyek tepung kacang hijau sebagai produk inovasi baru, hal ini selaras dengan teori tentang evaluasi. Evaluasi merupakan tahapan konsumen mulai mencoba dan menimbang suatu produk. Konsumen mempertimbangkan apakah masuk akal untuk mencoba produk baru (Kotler, 2002:183). Evaluasi merupakan suatu proses bukan suatu hasil (produk). hasil yang diperoleh dari kegiatan evaluasi adalah kualitas sesuatu, baik yang menyangkut nilai atau arti.

4. Penerimaan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau Terhadap Aspek Percobaan

Pada hasil penelitian untuk aspek percobaan didapatkan hasil, bahwa 57 (92%) responden mengatakan produk rempeyek tepung kacang hijau berwarna

kuning keemasan; 59 (95%) responden menyukai aroma harum yang dimiliki rempeyek tepung kacang hijau; 53 (85%) responden menyetujui pernyataan yang menyatakan rempeyek tepung kacang hijau memiliki rasa yang sangat gurih; 58 (94%) responden tidak merasakan getir dilidah setelah makan rempeyek tepung kacang hijau.; 62 (100%) responden menyatakan rempeyek tepung kacang hijau memiliki tekstur yang sangat renyah; 52 (84%) responden menyatakan Ukuran ketebalan produk rempeyek tepung kacang hijau sangat tipis.

Konsumen melakukan percobaan sebelum memutuskan untuk menerima dan mengkonsumsi produk baru. Percobaan yang dilakukan ialah usaha konsumen untuk meyakinkan diri dalam mengambil keputusan untuk menerima produk inovasi baru berdasarkan kriteria tertentu. Dalam hal ini konsumen mencoba produk baru dalam skala yang kecil untuk memperbaiki perkiraannya atas nilai inovasi tersebut dan membandingkan produk inovasi dengan produk yang biasa dikonsumsi. Dalam tahap percobaan konsumen mengukur atau menilai kualitas produk (Kotler. 2002:184).

Dapat disimpulkan bahwa pada aspek percobaan, seorang konsumen menilai produk melalui pemakaian langsung. Aspek percobaan yang dinilai yaitu dari segi kualitas rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Setelah melakukan percobaan terhadap kualitas suatu produk, maka muncul nilai kesukaan konsumen terhadap suatu produk jika mendapatkan hasil positif.

5. Penerimaan Rempeyek Substitusi Tepung Kacang Hijau Terhadap Aspek Penerimaan

Berdasarkan hasil penelitian untuk aspek penerimaan didapatkan hasil, bahwa 57 (92%) responden menyukai warna produk rempeyek tepung kacang hijau; terdapat 56 (90%) responden menyukai aroma produk rempeyek tepung kacang hijau; 56 (90%) responden menyukai rasa produk rempeyek tepung kacang hijau saat dimakan; 57 (92%) responden menyukai rasa produk rempeyek tepung kacang hijau setelah dimakan; 58 (94%) responden menyukai kerenyahan produk rempeyek tepung kacang hijau; 56 (90%) responden menyukai ketipisan produk rempeyek tepung kacang hijau.; 56 (90%) responden ingin membeli produk rempeyek tepung kacang hijau jika dijual di pasar.

Pernyataan responden yang ingin membeli dan menggunakan produk dapat dikaitkan dengan teori Kotler (2012) konsumen memutuskan untuk menjadi pengguna tetap dan berkala atas produk tersebut (Kotler, 2002:183). Tahapan penerimaan (*adoption*) merupakan tahapan akhir dalam proses keputusan pembelian suatu produk. Konsumen sudah menyadari keberadaan produk, konsumen sudah mencari informasi karena ketertarikan pada produk, lalu konsumen sudah melalui tahapan menimbang kegunaan dan keunggulan suatu produk yang ditawarkan. Konsumen menerima/menolak produk dengan segala atribut yang terkandung dalam suatu produk, contohnya menyukai rasa, warna, dan aroma dari produk rempeyek kacang hijau.

4.3. Kelemahan Penelitian

1. Pengambilan sampel ada yang belum memenuhi prosedur yang tepat.
2. Prosedur pengambilan data pada responden tidak seragam, sebagian ada yang didampingi dan sebagian tidak didampingi peneliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau. Penerimaan konsumen pada penelitian ini meliputi aspek kesadaran, minat, evaluasi, percobaan dan penerimaan yang diujikan pada masyarakat umum di Kelurahan Bakti Jaya, Kecamatan Setu, Tangerang Selatan dengan menggunakan kuesioner tertutup.

Berdasarkan data dari hasil analisis deskriptif proses penerimaan konsumen terhadap rempeyek substitusi tepung kacang hijau, dapat diketahui bahwa:

Pertama, masyarakat umum yang dijadikan responden menyadari tentang pengetahuan produk rempeyek tepung kacang hijau, dapat diketahui rata-rata 90% menjawab benar pada sub indikator pengetahuan. Dilihat sebanyak 91% menjawab ya, masyarakat umum menunjukkan sikap menyadari keberadaan rempeyek tepung kacang hijau dan rata-rata 87% masyarakat umum akan membeli produk rempeyek hanya pada saat menginginkannya saja menunjukkan perilaku.

Kedua, dengan rata-rata sebanyak 93% masyarakat umum menunjukkan minat terhadap produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau dengan cara ingin mengetahui informasi terhadap produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

Ketiga, masyarakat umum sudah menilai manfaat dan keunggulan produk rempeyek substitui tepung kacang hijau untuk mencoba produk. Terbukti dari rata-rata 72% masyarakat umum menyatakan ya bahwa produk rempeyek

substitusi tepung kacang hijau merupakan produk inovasi baru dan inovasi pembuatan rempeyek substitusi tepung kacang hijau merupakan produk inovasi baru.

Keempat, masyarakat umum sudah dapat menilai dengan baik kualitas dari produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau yang dapat dilihat dari rata-rata 92% menjawab ya pada setiap pernyataan aspek percobaan terhadap sub indikator warna, aroma, rasa saat dimakan, rasa setelah dimakan (*after taste*), tekstur, dan ketebalan.

Kelima, produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau diterima oleh masyarakat umum di Kelurahan Bakti Jaya, Kecamatan Setu, Tangerang Selatan dengan rata-rata sebanyak 91% masyarakat umum menyukai warna, aroma, rasa saat dimakan, rasa setelah dimakan (*after taste*), tekstur, ketebalan, dan juga ingin membeli produk rempeyek substitusi tepung kacang hijau.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan untuk dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai:

1. Penelitian mengenai kandungan gizi rempeyek substitusi tepung kacang hijau..
2. Penelitian pemasaran rempeyek substitusi tepung kacang hijau sebagai usaha meningkatkan minat masyarakat terhadap camilan tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati. 2009. Belajar Dan Pembelajaran. Jakarta: Rineka Cipta.
- Curtis,dkk. 2006. Komunikasi Bisnis dan Profesional. Bandung: Rosda.
- Gardjito. 2013. Bumbu Penyedap, Dan Penyerta Masakan Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Handoyo. 2007. Rahasia Wine. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haryoto. 2009. Membuat Rempeyek Kacang Tanah. Yogyakarta: Kansius.
- Hawkins, Best & Coney. 2001. Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Khomsan. 2006. Solusi Makanan Sehat. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Pengendalian Jilid 11. Edisi 9. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Ed Ke-12 Jilid 1. Terjemahan Oleh Sabran, Bob; Editor Oleh Maulana, Adi; Barnadi, Devri; Hardani, Wibi. Jakarta: Erlangga.
- Lind. 2007. Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Lomb,dkk. 2001. Pemasaran, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, J.C, Minor,M. 1998. Costumer Behavior. New York: Prentice Hall Inc.
- Muchtadi. 2013. Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan. Bandung: Alfabeta.
- Mustakim. 2015. Budidaya Kacang Hijau Secara Intensif. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Notoatmojo, S. 2010. Metode Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineke Cipta.
- Nugroho. 2003. PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif,Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi. Jakarta: PT. Kharisma Putia Utama.
- Peter,dkk. 2013. Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Edisi 9. Buku 1. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

- Rahayu. 2001. Penuntun Praktikum Penilaian Organoleptik. Bogor: Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta Selatan: Visi Media Pustaka.
- Sarasati, dkk. 2009. Rempeyek Kacang Tanah. Yogyakarta: Balai Besar POM RI.
- Schiffman, David & Alan Kanuk. 2000. Costumer Behavior. New Jersey: Pearson Prentice Hall Internasional Inc.
- Solomon, Michael,R. 2007. Costumer Behavior: Buying, Having and Being, 7th ed. New York: Prentice Hall.
- Sumawarman. 2002. Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan,Ujang. 2003. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunaryo. 2004. Psikologi Untuk Keperawatan. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran Egc.
- Surya. 2005. Cara Praktis Pembuatan Pempek Palembang. Yogyakarta: Kansius.
- Susanto. 2008. Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan. Jakarta Selatan: Transmedia Pusaka.
- Soyomukti. 2011. Pengantar Filsafat Umum. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Tim Dapur Esensi. 2008. Camilan Manis Nusantara: Erlangga.
- Umar, Husein. 2015. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utomo. 2015. Resep Eksklusif Jajan Pasar. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuniarto, Bambang. 2012. Membangun Kesadaran Warga Negara Dalam Pelestarian Lingkungan. Yogyakarta: Deepublish.