

**PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP COKELAT
GANACHE KRIM NABATI (*Coconut Cream*)
(Survei pada Pengusaha Kue di Wilayah Jakarta Timur)**



**INNIKA NURHABIBA SIMATUPANG
5515131782**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

**PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP
COKELAT GANACHE KRIM NABATI (*Coconut Cream*)
(Survei pada Pengusaha Kue di Wilayah Jakarta Timur)**

INNIKA NURHABIBA SIMATUPANG

Pembimbing: Guspri Devi Artanti dan Cucu Cahyana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati. Pembuatan cokelat *ganache* ini dilakukan di Laboratorium *Pastry* dan *Bakery*, Universitas Negeri Jakarta dan dilakukan pengambilan data penerimaan di wilayah Jakarta Timur. Penelitian dilaksanakan sejak Desember 2016 hingga Agustus 2017. Penelitian ini menggunakan metode survei, sampel penelitian adalah peserta yang mengikuti kegiatan pendampingan wirausaha bagi calon pengusaha industri di RPTRA Jatinegara, Jakarta Timur sebanyak 50 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 5 aspek dalam proses penerimaan, dari aspek kesadaran 100% responden menyadari bahwa cokelat *ganache* memiliki tekstur yang kental dan lembut. Pada aspek minat, sebanyak 100% responden menyatakan berminat untuk mengetahui bahan pembuatan cokelat *ganache* krim nabati. Pada aspek evaluasi, sebanyak 98% responden menilai bahwa cokelat *ganache* krim nabati merupakan salah satu produk yang kreatif. Pada aspek percobaan, sebanyak 98% responden menyatakan cokelat *ganache* krim nabati memiliki aroma cokelat dan santan yang segar, serta pada aspek penerimaan 98% responden menyatakan akan membeli cokelat *ganache* krim nabati jika dijual di pasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha kue yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur menerima cokelat *ganache* krim nabati dilihat dari berbagai aspek penerimaan konsumen.

Kata Kunci : penerimaan, konsumen, cokelat *ganache* krim nabati

**CONSUMER ACCEPTANCE OF
CHOCOLATE GANACHE VEGETABLE CREAM (Coconut Cream)
(Survey to Cake Entrepreneur in East Jakarta)**

INNIKA NURHABIBA SIMATUPANG



Supervisor: Guspri Devi Artanti and Cucu Cahyana

ABSTRACT




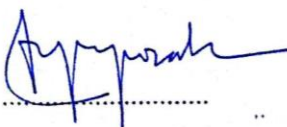
The objective of this study was to describe about acceptance of chocolate ganache vegetable cream. This vegetable ganache cream, was made in Laboratory of Pastry and Bakery, State University of Jakarta and the survey was conducted in East Jakarta. This research was began from December 2016 to August 2017. This study used a survey method, and the sampel of this study is the participant who was attended the activity of entrepreneurship assistance for prospective entrepreneur of home industry at Jatinegara's RPTRA in East Jakarta with 50 respondents. The results showed that from 5 aspects in the process of acceptance, from the awareness aspect 100% of respondents realized that chocolate ganache has a thick texture and soft. In the aspect of interest, 100% of respondents was interested to know the formula of chocolate ganache vegetable cream. In the evaluation aspect, 98% of respondents considered that chocolate ganache vegetable cream is one of creative product. In the experimental aspect, 98% of respondents stated that chocolate ganache vegetable cream has a distinctive smell of chocolate and fresh coconut cream. And on the acceptance aspect, 98% of respondents said that they would buy chocolate ganache vegetable cream if this sold in the market. The result of this study indicate that cake entrepreneurs who lived in East Jakarta was receiving chocolate ganache vegetable cream seen from various aspects of consumer acceptance.

Keywords : Acceptance, Consumen, Chocolate ganache vegetable cream

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA DOSEN	TANDA TANGAN	TANGGAL
Dr. Guspri Devi Artanti, S.Pd,M.Si (Dosen Pembimbing Materi)		15 / 2017 / 8
Cucu Cahyana, S.Pd, M.Sc (Dosen Pembimbing Metodologi)		14 / 2017 / 8

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

NAMA DOSEN	TANDA TANGAN	TANGGAL
 Dra. Mariani, M.Si (Ketua Penguji)		15 / 2017 / 8
Dra. Mutiara Dahlia, M.Kes (Anggota Penguji)		22 / 2017 / 8
Dra. I Gusti Ayu Ngurah S, MM (Anggota Penguji)		22 / 2017 / 8

Tanggal Lulus: Jumat, 11 Agustus 2017

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pertanyaan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2017
Yang membuat pernyataan,



Innika Nurhabiba Simatupang
5515131782

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang senantiasa telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktunya. Skripsi ini berjudul “**Penerimaan Konsumen Terhadap Cokelat *Ganache Krim Nabati (Coconut cream)***”, yang disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Tata Boga.

Proses pembuatan skripsi ini memiliki banyak kendala. Namun, dengan bantuan dari beberapa pihak pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan demikian penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Rusilanti, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Ir. Mahdiyah, M.Kes dan Dr. Ir. Ridawati, M.Si selaku Penasihat Akademik mahasiswa Pendidikan Tata Boga 2013.
3. Dr. Guspri Devi Artanti, S.Pd, M.Si dan Cucu Cahyana, S.Pd, M.Sc selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan ilmu, saran, nasihat, dan kesediaan waktunya dalam memberikan bimbingan, serta menjadi panutan dalam setiap hal dalam penelitian ini.
4. Ibu dan Bapak Dosen Pendidikan Tata Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan berbagai ilmu selama perkuliahan.
5. Staff Tata Usaha dan Laboran Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Jakarta.

Teristimewa kepada kedua orangtua, Ishak Simatupang dan Rosita Dalimunthe, serta adik-adikku, Baginda, Nurdin, dan Bahri yang selalu mendukung baik moril maupun materi. Terimakasih untuk sahabat-sahabat saya (Hadi, Nasya, Galuh, Fani, Linggar, Maswa, Juki, Nita, Ade, Aisyah, Nikky). Teman-teman seperjuangan seluruh angkatan 2013, terimakasih untuk semangat, bantuan dan doa selama proses pembuatan skripsi ini.

Peneliti sangat menyadari dalam penulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti berharap skripsi ini setidaknya dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Agustus 2017
Penulis

Innika Nurhabiba S

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Penerimaan Konsumen	8
2.1.2 Aspek-Aspek Penerimaan Konsumen terhadap Produk	10
2.1.3 Cokelat <i>Ganache</i>	20
2.1.4 Cokelat <i>Ganache</i> Krim Nabati (<i>Coconut cream</i>)	25
2.2 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	35
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Variabel Penelitian	36
3.5 Definisi Operasional	36
3.6 Desain Penelitian	37
3.6.1 Kajian Pustaka	37
3.6.2 Penelitian Pendahuluan	37
3.6.3 Penelitian Lanjutan	39
3.7 Instrumen Penelitian	40
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.8 Teknik Pengambilan Data	44
3.8 Teknik Analisis Data	44

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Identitas Responden	46
4.1.2	Hasil dan Pembahasan	48
4.2	Kelemahan Penelitian	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA	61
	LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Waktu Adopsi Inovasi	19
Gambar 2.2 Bagan Alir Pembuatan Cokelat <i>Ganache</i> Krim Nabati	31
Gambar 3.1 Hasil Uji Coba Formula Standar <i>Ganache</i> Krim Nabati	38

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Uji Coba Formula Standar <i>Ganache</i> Krim Nabati	38
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuesioner	40
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas	42
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.3 Penilaian Aspek Kesadaran pada Sub Indikator Pengetahuan	48
Tabel 4.4 Penilaian Aspek Kesadaran dengan Sub Indikator Sikap	51
Tabel 4.5 Penilaian Aspek Kesadaran dengan Sub Indikator Perilaku	52
Tabel 4.6 Penilaian Aspek Minat	53
Tabel 4.7 Penilaian Aspek Evaluasi	54
Tabel 4.8 Penilaian Aspek Percobaan	55
Tabel 4.9 Penilaian Aspek Penerimaan	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kisi-kisi Kuesioner Survei Sebelum Dilakukan Validasi Kepada 2 Dosen Ahli	63
Lampiran 2 Kuesioner Survei Sebelum Dilakukan Validasi Kepada 2 Dosen Ahli	64
Lampiran 3 Kisi-kisi Kuesioner Survei Sesudah Dilakukan Validasi Kepada 2 Dosen Ahli	68
Lampiran 4 Kuesioner Survei Sebelum Dilakukan Validasi Kepada 2 Dosen Ahli	69
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dengan <i>Product Moment Pearson</i>	73
Lampiran 6 Reliabilitas Instrumen yang Telah Valid dengan Rumus KR-20	75
Lampiran 7 Hasil Hitung Reliabilitas	77
Lampiran 8 Tabel R Statistika	80
Lampiran 9 Tabulasi Data Berdasarkan Karakteristik Responden	81
Lampiran 10 Tabulasi Data Berdasarkan Aspek Kesadaran, Minat, Evaluasi, Percobaan dan Penerimaan	83
Lampiran 11 Tabulasi Data dengan Aspek Minat dan Evaluasi	87
Lampiran 12 Tabulasi Data dengan Aspek Percobaan	90
Lampiran 13 Tabulasi Data Aspek Penerimaan	92
Lampiran 14 Dokumentasi Kegiatan	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumen merupakan titik sentral perhatian pemasaran, dan salah satu hal yang penting adalah untuk mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Perkembangan perdagangan pada saat ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan lebih banyak dari pada permintaan yang ada, khususnya dalam produk makanan. Untuk menarik minat konsumen, biasanya produsen melakukan inovasi terhadap produk makanan. Inovasi yang dilakukan biasanya bermacam-macam, mulai dari inovasi bahan pembuatan, teknik pengolahan, hingga teknik penyajian. Hal ini dilakukan untuk terus meningkatkan kualitas produk serta diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Saat ini inovasi produk makanan merupakan hal yang sangat dinanti oleh para konsumen. Terlebih lagi jika produk tersebut memiliki nilai lebih serta kualitas yang sama. Konsumen akan membeli produk baru jika dirasa produk tersebut memiliki manfaat lebih serta memiliki kualitas yang sama meskipun dari bahan yang berbeda. Menurut Engel, *et al* (2000) dalam Dudung (2012), pada tahap pembelian, konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu jika ia mengalami kegagalan untuk membeli produk yang diinginkannya. Kemudian ia akan melakukan evaluasi, jika alternatif tersebut memenuhi kebutuhan dan sesuai harapan, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian. Jika konsumen merasa perbedaan manfaatnya lebih, biasanya konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal serupa

dikatakan oleh Dudung (2012) bahwa produk baru harus mampu memberikan manfaat penting kepada konsumen. Manfaat tersebut diukur melalui berbagai dimensi, seperti; fungsi, keandalan, harga, kesesuaian, serta daya tahan.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses pembelian. Misalnya, jika seseorang ingin membeli roti tawar, antara merk 1 dengan merk 2 memiliki perbedaan harga sebesar Rp.300,- padahal memiliki kualitas yang sama, maka konsumen akan tetap menggunakan merk 1, sedangkan jika dengan merk 3, perbedaan harganya sebesar Rp.950,- maka konsumen cenderung akan menggunakan merk 3. Seperti istilah JND (*Just Noticed Difference*) atau dikenal dengan hukum Weber dalam Sangadji (2013), bahwa stimulus awal yang lebih kuat memerlukan perubahan yang lebih besar agar dapat diperhatikan.

Penerimaan merupakan suatu keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk (Kotler dan Keller, 2008). Seseorang yang mendapatkan barang ataupun jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu disebut dengan konsumen (Nasution, 2001). Keputusan seseorang dalam proses penerimaan ini akan dilakukan oleh konsumen. Sehingga penerimaan konsumen merupakan suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menjadi pengguna tetap suatu produk, barang ataupun jasa. Penerimaan konsumen ini biasanya dilakukan untuk sesuatu yang baru. Salah satu produk yang banyak digunakan konsumen di Indonesia adalah produk berbahan baku cokelat.

Indonesia merupakan negara penghasil cokelat terbesar ke-3 setelah Pantai Gading dan Ghana. Menurut Cahyana dan Ismayani (2000), cokelat jika disajikan dalam bentuk apapun selalu elegan serta disukai banyak orang. Tak heran, cokelat saat ini banyak dijadikan produk olahan, seperti *praline*, *mouse*, *pudding*, *cake*

dan *cookies*. Fungsi cokelat pun bermacam-macam, ada yang sebagai bahan pengisi, bahan tambahan dalam pembuatan, serta olesan. Karena cokelat selalu elegan dan disukai banyak orang, maka banyak sekali orang yang menggunakan cokelat sebagai bahan tambahan pada kue baik sebagai isian, maupun pelapis. Salah satunya adalah dengan membuat cokelat *ganache*.

Ganache adalah campuran antara cokelat dan *cream* (Sofia, 2010). *Cream* yang digunakan biasanya adalah *whipping cream/dairy cream* yang cair. Menurut Bahalwan (2014) dalam Sauvica (2017), cokelat *ganache* adalah *frosting* asal Perancis yang merupakan campuran krim susu dengan cokelat. Cokelat *ganache* merupakan olahan cokelat yang teksturnya kental tetapi setelah didiamkan akan menjadi padat, lembut dan halus, memiliki rasa dominan cokelat dan ketika dikonsumsi akan segera larut di dalam mulut (Tanuhadi, 2012). Cokelat *ganache* adalah salah satu olahan cokelat yang banyak digemari karena teksturnya yang lembut, menghasilkan kesan mengkilap, warna yang cokelat gelap, serta rasa yang manis agak pahit khas cokelat, sehingga banyak produk *pastry* yang kemudian memanfaatkan olahan cokelat ini. Contoh pemanfaatan cokelat *ganache* ini adalah sebagai pelapis, isian dari aneka *pastry*, serta pembuatan *praline*.

Jenis cokelat yang digunakan dalam pembuatan cokelat *ganache* adalah *dark chocolate compound* (DCC). Jenis cokelat ini dipilih karena warnanya yang hitam pekat dan kandungan lemak yang banyak. Selain *dark chocolate*, bahan pembuat cokelat *ganache* adalah cairan. Cairan yang digunakan umumnya adalah *dairy cream* atau *heavy cream*. Cairan ini merupakan produk impor yang harganya relatif mahal dan sulit didapatkan di daerah-daerah tertentu. Sehingga banyak yang hanya membuatnya dengan menggunakan *dark chocolate* serta

menambahkan minyak goreng untuk membuat kesan mengkilap. Hal ini membuat biaya produksi untuk membuat cokelat *ganache* menjadi tinggi karena cokelat yang digunakan akan lebih banyak. Oleh karena itu, diperlukan cairan pengganti yang dapat ditemukan dengan mudah serta harga yang relatif lebih murah, salah satunya adalah santan (Sauvica, 2017).

Santan merupakan cairan yang mengandung lemak. Salah satu syarat cairan dalam pembuatan cokelat *ganache* adalah cairan tersebut harus mengandung lemak. Saat ini untuk memperpanjang umur santan, telah dikembangkan produk santan siap pakai yang berbentuk cair atau dikenal dengan sebutan krim santan instan. Santan merupakan produk khas Indonesia yang sangat mudah ditemukan. Maka jika dibandingkan dengan *whipping cream*, krim santan instan akan lebih dengan mudah ditemukan di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, krim santan instan berpotensi digunakan sebagai pengganti *cream* dalam pembuatan cokelat *ganache* yang dikenal dengan cokelat *ganache* krim nabati (Sauvica, 2017). Dalam penelitian (Sauvica, 2017) tentang pengaruh penggunaan krim santan instan terhadap kualitas cokelat *ganache*, diperoleh hasil bahwa kualitas cokelat *ganache* krim nabati dengan penggunaan krim santan instan sebanyak 75% dan 100% dari jumlah bahan utama direkomendasikan sebagai cokelat *ganache* krim nabati yang memiliki warna, rasa, aroma, dan tekstur yang menyerupai cokelat *ganache* yang menggunakan *dairy cream*.

Dengan demikian, untuk membantu para pengusaha *cake* menekan biaya produksi, mempermudah perolehan bahan pembuatan, dan menjadi alternatif bagi konsumen yang tidak dapat mengonsumsi produk olahan susu atau dikenal dengan penderita alergi laktosa, dipilihlah cokelat *ganache* krim nabati dengan

penggunaan santan instan sebanyak 100%. Dengan berbagai alasan tersebut, seharusnya dapat menjadi syarat penerimaan suatu produk olahan baru. Namun, belum dapat dipastikan bahwa para pengusaha *cake* dapat menyukai atau menerima produk ini, untuk itu perlu dilakukan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya yaitu tentang penerimaan konsumen.

Penerimaan konsumen tersebut dilihat dari berbagai aspek, seperti kesadaran, minat, evaluasi, percobaan dan penerimaan yang terdiri dari berbagai sub indikator. Sub indikator tersebut seperti sikap, yang akan dilihat bagaimana konsumen menyadari akan adanya produk baru yaitu cokelat *ganache* krim nabati. Perilaku yang merupakan kelanjutan dari tahap sikap, yaitu konsumen sampai pada tahapan menggunakan produk baru, serta minat yaitu mencari informasi. Setelah konsumen menggunakan produk baru, biasanya konsumen akan melakukan pencarian informasi. Ketika konsumen mencari informasi tersebut, hal itu menunjukkan bahwa konsumen berminat terhadap produk baru tersebut. Konsumen dalam penelitian ini ditujukan kepada para pengusaha kue, hal ini dikarenakan untuk menyesuaikan dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan kepada para pengusaha kue yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur, dengan judul “Penerimaan Konsumen terhadap Cokelat *Ganache* Krim Nabati”. Proses kegiatan penerimaan ini dilakukan dengan melihat bagaimana kesadaran konsumen yang menggunakan cokelat *ganache*, minat dan evaluasi, serta percobaan dan keputusan untuk menyukai atau tidak produk ini dengan penentuan oleh berbagai faktor seperti warna, aroma, rasa dan tekstur.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Faktor-faktor apa sajakah yang membuat cokelat *ganache* krim nabati disukai oleh konsumen?
2. Bagaimakah sikap konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati?
3. Bagaimanakah perilaku konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati?
4. Bagaimanakah minat konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati?
5. Bagaimanakah penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimanakah penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.

1.6 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat berguna untuk:

1. Memberikan pengetahuan dan informasi kepada mahasiswa tata boga tentang penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.
2. Memberikan masukan pada mata kuliah permen dan cokelat.
3. Menambah pengetahuan penulis dalam penerapan teori penerimaan konsumen terhadap produk baru.
4. Mengetahui sikap, minat, serta perilaku konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.
5. Memberikan masukan pada pelaku industri *pastry bakery* bahwa cokelat *ganache* krim nabati dapat menjadi alternatif bahan untuk melakukan pengembangan produknya.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Penerimaan Konsumen

Penerimaan berasal dari kata terima. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, terima adalah menyambut, mendapatkan, memperoleh sesuatu. Menurut Krathwohl et.al (1964) dalam Siregar dan Nara (2010), penerimaan (*receiveing*) meliputi kesadaran akan adanya suatu sistem nilai, ingin menerima nilai, dan memperhatikan nilai tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2008), penerimaan atau biasa disebut dengan adopsi (*adoption*) adalah keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap suatu produk. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Dudung, 2012). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerimaan adalah suatu kegiatan yang menerima atau menyambut sesuatu untuk dinilai, diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi dengan baik.

Menurut Musanto dalam Priandini (2013), konsumen (*consumer*) berbeda dengan pelanggan, seseorang dapat dikatakan sebagai konsumen apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang. Menurut ketentuan pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, konsumen merupakan 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. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), konsumen diklasifikasikan menjadi dua, yaitu (1) konsumen individu, merupakan orang-orang yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri, bersama anggota keluarga atau dengan teman dan (2) konsumen organisasi, yaitu lembaga atau instansi yang membeli produk untuk diperjualbelikan atau untuk kepentingan instansi tersebut.

Konsumen biasanya akan dihadapkan oleh suatu pilihan untuk mengambil keputusan menerima atau menolak suatu barang/produk yang telah dihadapkan kepadanya. Keputusan untuk tetap menggunakan suatu barang/produk berarti menerima. Proses penerimaan konsumen diikuti oleh proses loyalitas konsumen. Loyalitas merupakan suatu sikap yang menggambarkan kesetiaan seseorang terhadap sesuatu, dalam hal ini sesuatu yang dimaksud adalah suatu produk. Menurut Tjiptono (2000), loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Untuk meningkatkan daya beli konsumen, biasanya seorang pengusaha akan terus melakukan pengembangan terhadap produknya. Menurut Tjiptono (1995) dalam Dudung (2012), produk baru dapat meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangannya. Suatu produk baru sering disebut dengan inovasi produk.

Inovasi adalah semua barang, jasa, atau ide yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru, tanpa memedulikan berapa lama sejarahnya. Inovasi membutuhkan waktu untuk menyebar (Kotler dan Keller, 2008). Produk baru

harus mampu memberikan nilai/manfaat penting kepada konsumen. Nilai atau manfaat dapat diukur melalui berbagai dimensi. Menurut Dudung (2012), dimensi nilai tersebut dapat meliputi fungsi/guna, kinerja (*performance*), harga/biaya (*cost*), ciri/keistimewaan (*feature*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), serta daya tahan (*durability*).

2.1.2 Aspek-Aspek Penerimaan Konsumen terhadap Produk

Penerimaan konsumen merupakan suatu keputusan yang diambil oleh konsumen untuk menjadi pengguna tetap suatu produk. Untuk proses penerimaan produk baru, biasanya masyarakat akan memerlukan waktu yang cukup lama setelah produk tersebut beredar di pasaran, yang kemudian menerima secara bertahap. Menurut Kotler dan Keller (2008), proses penerimaan terhadap produk baru terdiri atas 5 tahapan, yaitu :

2.1.2.1 Aspek Kesadaran (*Awareness*)

Kesadaran merupakan tahapan pertama dimana individu berkenalan dengan produk inovasi baru. Kesadaran adalah suatu pengalaman batin yang timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari lingkungannya. Menurut Kotler dan Keller (2008) 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*).

a. Pengetahuan (*Knowledge*)

Pengetahuan merupakan salah satu faktor perkembangan kesadaran dalam penerimaan konsumen. Pengetahuan merupakan suatu ingatan yang tersimpan dengan jelas yang merupakan determinan utama dalam pemahaman. Seorang konsumen yang memiliki pengetahuan akan meningkatkan kemampuannya untuk memahami suatu produk. Konsumen yang memahami kebutuhannya akan suatu produk dengan pengetahuan yang dimiliki akan memiliki kesadaran yang tinggi yang kemudian melakukan penerimaan terhadap produk.

Menurut Engel (2006) dalam Sangadji (2013), pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang, pertama yaitu pengetahuan produk yang meliputi (1) kesadaran akan merek produk, (2) terminologi produk, (3) atribut dan ciri produk, (4) kepercayaan mengenai merek. Kedua yaitu pengetahuan pembelian yang meliputi cara perolehan produk serta kapan pembelian harus terjadi. Dan yang ketiga adalah pengetahuan pemakaian, yang mencakup informasi yang tersedia dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk digunakan dan apa yang diperlukan untuk bisa menggunakan produk tersebut.

b. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan interaksi manusia dengan objek tertentu. Engel, Blackwell dan Miniard (1993) dalam Sumarwan (2003) mengemukakan bahwa sikap menunjukkan apa yang konsumen sukai dan yang tidak disukai. Sikap biasanya berhubungan dengan tingkat kecenderungan yang bersifat positif atau negatif. Menurut Krech dan Field dalam Sunyoto (2012), sikap adalah organisasi yang tetap dari proses motivasi, emosi, persepsi, atau pengamatan atas suatu aspek dari kehidupan individu. Sehingga sikap merupakan sesuatu yang mengarah pada

tujuan yang dihadapi dalam bentuk tindakan, ucapan, perbuatan maupun emosi seseorang.

Menurut Sunyoto (2012), sikap ini melibatkan tiga komponen, yaitu komponen kognitif, yang berupa pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek. Komponen kedua yaitu komponen afektif, yang menunjukkan pada dimensi emosional dari sikap yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Biasanya berkaitan dengan apakah objek tersebut menyenangkan ataupun tidak. Komponen ketiga yaitu komponen perilaku, melibatkan salah satu predisposisi bertindak terhadap objek.

Sikap mempunyai pengaruh penting terhadap persepsi konsumen melalui penyaringan ketat pada setiap rangsangan yang bertentangan dengan sikap. Sikap dan keyakinan konsumen terhadap produk dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen.

c. Perilaku (*Behavior*)

Perilaku merupakan hasil dari pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Menurut Engel *et al* (2006) dalam Sangadji (2013) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsian, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Menurut Mowen dan Minor (2002) dalam Sangadji (2013), perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa maupun ide. Perilaku konsumen dianggap sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan

menghabiskan suatu produk/jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memuaskan konsumen.

Menurut Kotler *et al* (2005) dalam Sangadji (2013), perilaku konsumen merupakan suatu studi tentang unit pembelian, bisa perorangan maupun kelompok atau organisasi dan masing-masing unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar konsumen, unit pembelian kelompok dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.

Manusia sering dihadapkan dengan berbagai pilihan guna memenuhi kebutuhan hidupnya, pilihan-pilihan ini dilakukan karena kebutuhan manusia yang tidak terbatas namun untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, alatnya sangatlah terbatas. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk keputusan pembelian. Maka dari itu, pemahaman mengenai perilaku konsumen sangatlah penting untuk dilakukan. Menurut Lamb *et al*(2004) dalam Sangadji (2013), perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, juga untuk menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya serta memuaskannya baik untuk menggunakan, mengonsumsi, maupun menghabiskan barang/jasa termasuk juga keputusan yang mendahului dan menyusul.

2.1.2.2 Aspek Minat (*Interest*)

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Menurut Siregar dan Nara (2010), minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar untuk sesuatu. Dalam hal ini, terdapat dua hal yang harus diperhatikan, yaitu (a) Minat bawaan, yaitu minat yang muncul dengan tidak dipengaruhi oleh faktor lain, baik kebutuhan maupun lingkungan (b) Minat yang muncul karena adanya pengaruh dari luar, misalnya kebutuhan dan lingkungan.

Minat pada tahapan dalam proses adopsi ini adalah suatu dorongan konsumen untuk mencari informasi tentang inovasi atau produk yang baru (Kotler dan Keller, 2008). Minat konsumen jika dilakukan secara efektif dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Minat merupakan dorongan serta keinginan yang menjadi penggerak dan berasal dari dalam diri seseorang. Sehingga, minat merupakan suatu hal yang dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian dan memiliki kelanjutan yang panjang setelah pembelian dilakukan.

2.1.2.3 Aspek Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi pada tahapan proses penerimaan adalah suatu pertimbangan konsumen untuk mencoba inovasi/ produk baru tersebut (Kotler dan Keller, 2008). Setelah konsumen sadar dan berminat, maka konsumen akan dihadapkan kepada proses evaluasi. Evaluasi adalah suatu proses yang berkelanjutan yang tujuannya untuk menentukan kualitas dari sesuatu berdasarkan pertimbangan dan kriteria untuk memperoleh suatu keputusan. Joni dalam Siregar (2010)

menyatakan bahwa evaluasi merupakan suatu proses yang mempertimbangkan suatu barang dengan pertimbangan pada patokan tertentu.

Evaluasi ini merupakan hal yang juga penting dalam proses penerimaan, dengan adanya evaluasi, pemasar dapat mengetahui bagaimana penilaian terhadap suatu produk. Dengan demikian, pemasar dapat terus memperbaiki dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses evaluasi untuk produk baru biasanya memerlukan waktu yang lebih lama, karena konsumen memerlukan waktu untuk meyakinkan dirinya sendiri bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya atau tidak. Sehingga, evaluasi merupakan suatu proses yang dilakukan konsumen untuk mengambil keputusan menerima suatu produk baru.

2.1.2.4 Aspek Percobaan (*Trial*)

Setelah aspek evaluasi, aspek selanjutnya adalah percobaan. Percobaan ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan konsumen untuk mengetahui bagaimana kualitas suatu produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2008), mencoba merupakan kegiatan dimana konsumen mencoba suatu produk baru dalam skala kecil untuk meningkatkan estimasinya tentang nilai produk itu. Dengan mencoba produk baru, konsumen akan menilai dan membandingkan dengan produk serupa yang biasa dikonsumsi. Penilaian ini biasanya dilakukan untuk menilai kualitas suatu produk.

Kualitas merupakan prioritas utama konsumen dalam memilih suatu produk. Jika penilaiannya baik, maka produk akan disukai. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen adalah dengan cara meningkatkan

kualitas produk. Kualitas adalah kelayakan atau kecocokan dalam penggunaan. Untuk produk makanan, biasanya konsumen akan lebih peka terhadap kualitasnya, maka dari itu untuk memenuhi kepuasan konsumen biasanya penting untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas makanan. Untuk produk makanan, biasanya pemilihan bahan yang tepat pun dapat mempengaruhi kualitas makanan. Untuk pembuatan cokelat *ganache* krim nabati, pemilihan jenis krim santan instan sangat mempengaruhi kualitasnya. Jika pemilihan bahan dilakukan dengan baik, dapat meningkatkan kesukaan dan membentuk keputusan penerimaan konsumen melalui warna, tekstur, aroma dan rasa pada cokelat *ganache* krim nabati.

Kesukaan sangat berhubungan dengan keputusan konsumen dalam menerima suatu produk. Kesukaan tersebut akan muncul jika konsumen mencoba suatu produk tersebut. Sehingga, percobaan merupakan suatu kegiatan dalam proses penerimaan yang dilakukan oleh konsumen untuk menerima suatu produk inovasi yang berdasarkan kriteria tertentu.

2.1.2.5 Aspek Penerimaan (*Adoption*)

Penerimaan merupakan suatu proses untuk mengambil keputusan, yaitu menerima. Menerima berarti bersedia untuk mendengarkan tanpa keraguan. Penerimaan merupakan kecenderungan seseorang untuk menilai sesuatu sehingga menimbulkan rasa suka atau tidak suka, maupun menerima atau menolak sesuatu. Menurut Kotler dan Keller (2008), penerimaan merupakan suatu keputusan konsumen untuk menggunakan inovasi secara penuh dan teratur.

Penerimaan dalam penelitian ini terdiri dari aspek eksternal meliputi warna cokelat *ganache* krim nabati dan tekstur cokelat *ganache* krim nabati (konsistensi)

serta aspek internal meliputi rasa cokelat *ganache* krim nabati dan aroma cokelat *ganache* krim nabati.

a. Eksternal

1) Warna cokelat *ganache* krim nabati

Warna merupakan suatu penampakan yang paling pertama dilihat dari suatu produk. Warna merupakan kesan yang diperoleh indera penglihatan dari pantulan cahaya suatu benda. Warna yang menarik dan sesuai dengan produknya akan memberikan nilai tambah bagi produk tersebut. Warna cokelat *ganache* krim nabati dipengaruhi oleh penggunaan cokelat yang tepat dan komposisi yang tepat. Jenis cokelat yang digunakan adalah *dark chocolate* jenis *compound*. Komposisi untuk pembuatan cokelat *ganache* krim nabati sangat mempengaruhi. Jika komposisi krim santan instan lebih banyak dibandingkan dengan *dark chocolate*, maka warna cokelat *ganache* krim nabati yang dihasilkan akan terlihat lebih terang. Hal ini dikarenakan, krim santan instan memiliki warna yang putih, sehingga jika komposisinya berlebih akan membuat cokelat *ganache* krim nabati memiliki komposisi warna yang dominan dari warna putih.

2) Tekstur cokelat *ganache* krim nabati

Tekstur cokelat *ganache* krim nabati ini dilihat dari konsistensinya. Cokelat *ganache* krim nabati memiliki konsistensi yang kental. Maka dari itu, penggunaan krim santan instan yang tepat sangat berpengaruh pada tekstur cokelat *ganache* krim nabati. Krim santan instan yang digunakan dalam pembuatan cokelat *ganache* krim nabati ini adalah krim santan instan yang agak kental. Sehingga akan didapatkan tekstur cokelat *ganache* krim nabati yang kental. Selain jenis krim santan instan, suhu pemanasan krim santan instan juga sangat berpengaruh

terhadap tekstur *ganache*. Jika krim santan instan dipanaskan dengan suhu $>80^{\circ}\text{C}$, maka tekstur cokelat *ganache* krim nabati akan menjadi lebih cair dari yang seharusnya.

b. Internal

1) Aroma

Aroma yang dihasilkan dari cokelat *ganache* krim nabati, berasal dari *dark chocolate* dan krim santan instan. Aroma *dark chocolate* merupakan aroma yang sama dengan cokelat pada umumnya. Aroma cokelat *ganache* krim nabati merupakan perpaduan antara aroma cokelat dengan aroma krim santan instan. Aroma cokelat *ganache* krim nabati ini sangat dipengaruhi oleh kualitas krim santan instan yang digunakan. Jika krim santan instan yang digunakan kualitasnya tidak baik, maka aroma cokelat *ganache* krim nabati yang dihasilkan akan menjadi aroma khas krim santan instan yang basi atau biasa dikenal dengan tengik.

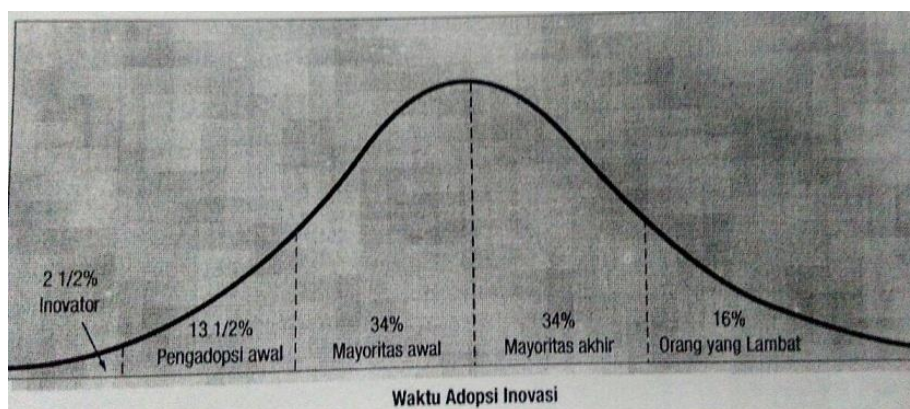
2) Rasa

Rasa adalah susunan senyawa dalam makanan yang mengandung rasa atau bau dan juga antar aksi senyawa-senyawa ini dengan reseptor alat indera rasa dan bau, setelah itu organ dari indera tersebut akan menghantarkan sinyal ke sistem saraf pusat. Rasa yang dihasilkan dari cokelat *ganache* krim nabati merupakan rasa yang dominan cokelat. Karena cokelat *ganache* krim nabati ini dibuat dengan menggunakan *dark chocolate*, rasa cokelat yang dihasilkan pun sedikit pahit. Maka, jika penggunaan jenis cokelatnya salah akan mempengaruhi rasa cokelat *ganache* krim nabati. Selain itu, karena rasa merupakan gabungan dari dua alat indera yaitu alat indera rasa dan bau. Maka, rasa cokelat *ganache* krim nabati ini

pun dipengaruhi oleh penggunaan krim santan instan yang tepat. Jika krim santan instan yang digunakan memiliki kualitas yang tidak baik, maka yang dihasilkan adalah cokelat *ganache* krim nabati dengan rasa yang tengik.

Dalam proses penerimaan inovatifitas, terdapat perbedaan dalam kesiapan seseorang untuk mencoba produk baru tersebut. Rogers dalam Kotler (2008), mendefinisikan bahwa tingkat keinovatifan seseorang dianggap sebagai tingkat dimana seseorang relatif lebih awal dalam menerapkan ide baru dibandingkan anggota sistem sosial lainnya. Dalam setiap bidang produk, ada pelopor dan pengadopsi awal. Sebagian orang merupakan yang pertama mengadopsi tren pakaian baru, beberapa dokter merupakan yang pertama meresepkan obat baru, beberapa petani yang pertama mengadopsi perlengkapan pertanian baru. Yang kemudian individu lainnya menggunakan produk-produk tersebut setelahnya.

Pengadopsi terbagi dalam beberapa kategori seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1. Proses adopsi ini berawal dengan lambat, yang kemudian jumlah orang yang mengadopsi inovasi meningkat dan memuncak, kemudian berkurang ketika sedikit orang yang mengadopsi. Pengadopsi tersebut mempunyai orientasi nilai dan motif yang berbeda untuk mengadopsi atau menolak produk baru.



Gambar 2. 1 Waktu Adopsi Inovasi

Sumber : Philip dan Khotler (2015)

- a. *Inovator* adalah orang yang senang mencoba hal baru dan menguasai penggunaannya.
- b. Pengadopsi awal merupakan orang yang memiliki status di lingkungan sosial, pemimpin opini yang mencari produk baru dan tidak sensitif terhadap harga.
- c. Mayoritas awal yaitu orang yang akan menggunakan produk baru ketika penerimaan sosial baik.
- d. Mayoritas akhir adalah orang-orang yang tidak mau mengambil resiko dan mengadopsi produk baru jauh dibawah tiga kategori pertama serta sensitif terhadap harga.
- e. Orang yang lambat merupakan orang yang dibatasi oleh tradisi yang merupakan pengadopsi terakhir suatu produk.

2.1.3 Cokelat *Ganache*

Menurut Tanuhadi (2012), cokelat *ganache* pertama kali dikenal di Kota Paris pada abad ke-19. Berawal dari anak seorang pembantu *chef* di suatu toko kue (*Pâtisseries*) yang secara tidak sengaja menumpahkan susu panas ke dalam mangkuk yang berisi lelehan cokelat. Karena rasa ketakutan, anak tersebut kemudian mengaduk susu yang tumpah di dalam semangkuk cokelat tersebut, berharap cokelat tersebut menjadi suatu kesatuan. Dan ternyata, *Chef* tersebut mengetahuinya dan muncullah kata *ganache* yang berarti “bodoh/dungu”. *Chef* tersebut marah dan menyatakan kata “*ganache*” kepada anak tersebut. Setelah *Chef* tersebut marah, kemudian *Chef* tersebut ternyata malah mencoba campuran cokelat dan susu tersebut dan ternyata memiliki rasa yang enak dan bahkan dapat

diaplikasikan ke berbagai macam produk kue. Kemudian dikenallah cokelat tersebut dengan nama cokelat *ganache*.

Cokelat *ganache* merupakan salah satu hasil olahan cokelat yang terbuat dari *dark chocolate* dan komponen berbahan dasar air (Tanuhadi, 2012). Cairan yang digunakan adalah cairan yang kaya akan lemak dan bertekstur lembut, seperti *heavy cream*. Cokelat *ganache* adalah olahan cokelat yang terbuat dari *dark chocolate* dan *dairy cream*. Salah satu fungsi cokelat *ganache* adalah untuk melapisi kue. Aplikasi cokelat *ganache* untuk melapisi kue ialah dengan menyiramkan cokelat *ganache* yang masih cair dengan suhu 26-29°C ke permukaan kue. Kue yang telah disiram cokelat *ganache* akan menghasilkan permukaan yang mengkilap dan terasa lembut.

Menurut Hanneman (1981) dalam Indah (2016), cokelat *ganache* mempunyai beberapa fungsi, yaitu digunakan untuk menutupi kue seperti halnya *fondant* pada saat hangat dengan suhu 30°C. Cokelat *ganache* juga bisa dibuat menjadi berbagai bentuk hiasan dengan menggunakan spuit atau *nozzle*. Jika *ganache* dikocok, bisa digunakan sebagai *buttercream*. Serta dapat dijadikan sebagai isian tanpa bahan campuran lain ataupun dengan campuran bahan krim isian lainnya.

2.1.3.1 Karakteristik Cokelat *Ganache*

Cokelat *ganache* merupakan cokelat yang memiliki tekstur kental dan lembut, warna yang cokelat gelap, rasa yang manis agak pahit khas cokelat, serta memiliki aroma khas cokelat. Menurut Tanuhadi (2012), kue yang sudah dilapisi cokelat *ganache* akan menghasilkan permukaan yang mengkilap, hal ini

dikarenakan cairan dalam pembuatan cokelat *ganache* adalah cairan yang banyak mengandung lemak.

2.1.3.2 Bahan Pembuatan Cokelat *Ganache*

Dalam pembuatan *ganache*, diperlukan beberapa bahan yang akan digunakan. Cokelat *ganache* dalam formula pembuatannya bermacam-macam, untuk formula cokelat *ganache* klasik, bahan-bahan yang digunakan yaitu :

a. Cokelat

Bahan pembuatan cokelat *ganache* salah satunya adalah cokelat. Cokelat berasal dari biji buah kakao yang kemudian dipisahkan dari daging buahnya dengan cara difermentasi, kemudian dikeringkan di panas matahari, disangrai agar kulitnya mudah dikupas dan aromanya keluar dan kemudian dihancurkan menjadi butiran kecil kemudian digiling hingga halus dan suhunya dinaikkan agar lemak cokelat meleleh, sehingga diperoleh cairan kental disebut *cocoa liquor*. Cokelat terdiri dari bahan-bahan yang menentukan kualitas cokelat, yaitu gula, kakao massa, lemak kakao, *flavour*, susu bubuk, emulsifier, dan lemak nabati. Gula merupakan bahan yang digunakan untuk pelengkap manis dari rasa pahit kakao. Gula yang digunakan dalam pembuatan cokelat ini adalah sukrosa.

Kakao massa, berperan dalam memberikan rasa dan aroma cokelat. Lemak kakao merupakan bahan paling penting dalam pembuatan cokelat yang memegang peran dalam kekentalan cokelat. Lemak kakao biasanya akan lembek pada suhu 30-34°C dan lumer pada suhu 31-35°C, lemak kakao inilah yang berpengaruh pada titik leleh cokelat, dimensi bentuk, warna, kilau, dan karakter leleh ketika dikonsumsi. Menurut Tanuhadi (2012), lemak kakao yang telah stabil dan

membeku akan meleleh pada suhu $\pm 34^{\circ}\text{C}$, sedangkan yang tidak stabil akan meleleh di bawah suhu tersebut. Oleh karena itu, saat dikonsumsi cokelat akan meleleh dengan lembut karena suhu tubuh normal tubuh kita rata-rata adalah $\pm 36-37^{\circ}\text{C}$.

Flavour merupakan bahan yang bukan menjadi suatu keharusan. Namun biasanya dalam pembuatan cokelat sering dilakukan penambahan aroma vanila. Penggunaan vanila murni ini biasanya dapat menghasilkan aroma yang manis, lembut dan halus pada akhir rasa. Susu yang digunakan dalam pembuatan cokelat ini adalah jenis bubuk, karena kandungan air yang lebih sedikit. Menurut Tanuhadi (2012), cokelat merupakan suatu campuran berbahan dasar lemak sehingga tidak dapat menerima kehadiran air. Kandungan air yang tinggi dapat mencegah emulsi yang stabil pada cokelat. Bahan emulsifier yang digunakan adalah lesitin kedelai yang dapat mengikat komponen-komponen yang biasanya tidak dapat bercampur.

Lemak nabati secara tradisional tidak lain adalah lemak kakao, namun dalam pembuatan cokelat jenis *compound* lemak nabati tetap digunakan yaitu umumnya dengan menggunakan minyak kelapa sawit. Pada umumnya, cokelat terbagi menjadi dua jenis berdasarkan kualitasnya, yaitu *Chocolate Couverture* dan *Chocolate Compound*. Istilah *Couverture* berasal dari “*couvering*”, bahasa Prancis, saat itu *Chef* di Prancis membutuhkan cokelat dengan viskositas yang rendah dan tidak kental, sehingga mudah mengalir, serta mudah melapisi permukaan kue. *Chocolate Couverture* adalah cokelat yang memiliki kualitas baik, dengan persentasi lemak kakao yang tinggi yang dapat menghasilkan krim cokelat yang mengkilap. Cokelat ini cocok digunakan untuk dekorasi kue,

maupun olahan cokelat rumahan. Penggunaan cokelat ini biasanya harus terlebih dahulu dilelehkan/panaskan.

Chocolate Compound biasa disebut dengan *cooking chocolate* atau cokelat masak pekat. Menurut Halim (2003) dalam Indah (2016), kandungan *chocolate compound* terdiri dari lemak nabati, cokelat bubuk, lesitin, gula dan vanili. Menurut Tanuhadi (2012), *Chocolate Compound* terbagi menjadi 3 jenis, yaitu *Milk Chocolate Compound* yang mempunyai kandungan yang terdiri dari gula, kakao bubuk, susu bubuk, aroma dan emulsifier. Kemudian ada *Dark Chocolate Compound*, mempunyai kandungan yang terdiri dari gula, kakao bubuk, aroma dan emulsifier. Dan terakhir yaitu *White Chocolate Compound*, yang memiliki kandungan gula, susu bubuk, aroma dan emulsifier.

Cokelat merupakan bahan utama dalam pembuatan cokelat *ganache*. Cokelat yang digunakan pada pembuatan cokelat *ganache* ini adalah jenis *Dark Chocolate Compound*. Cokelat ini dipilih karena rasanya yang tidak terlalu manis, mudah digunakan dan mudah diperoleh serta memiliki aroma cokelat yang menonjol.

b. *Dairy Cream*

Dairy cream merupakan krim olahan dari susu yang biasa dikenal juga dengan *whipping cream*. Di pasaran, terdapat dua jenis *whipping cream*, yaitu bubuk dan cair. Cokelat *ganache* merupakan salah satu hasil olahan cokelat yang terbuat dari *dark chocolate* dan komponen berbahan dasar air (Tanuhadi, 2012). Maka dari itu, dalam pembuatan cokelat *ganache*, yang digunakan adalah *dairy cream* yang bentuknya cair.

2.1.4 Cokelat *Ganache* Krim Nabati (*Coconut cream*)

Nabati merupakan istilah untuk bahan pangan yang berasal dari tumbuhan. Indonesia merupakan salah satu negara tropis yang berpotensi untuk perkembangbiakan kelapa. Salah satu pemanfaatannya adalah sebagai bahan baku pembuatan *non dairy creamer* atau krim pengganti susu (Safitri, 2013). Produk pengganti susu ini salah satunya adalah krim santan instan. *Non dairy creamer* ini memiliki keunggulan diantaranya; merupakan sumber lemak nabati yang aman bagi penderita *lactose intolerance*, serta memiliki harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan produk susu (*dairy cream*). Karena hal itu, krim santan instan berpotensi untuk dijadikan alternatif bahan dalam pembuatan cokelat *ganache* yang disebut dengan cokelat *ganache* krim nabati.

Menurut Sauvica (2016), cokelat *ganache* krim nabati merupakan cokelat *ganache* yang dalam pembuatannya menggunakan cairan berbahan dasar krim nabati. Cairan yang digunakan dalam pembuatan cokelat *ganache* krim nabati ini adalah krim santan instan. Penambahan cairan yang digunakan untuk membuat cokelat *ganache* krim nabati sebagai pelapis kue ini adalah sebanyak 100%.

2.1.4.1 Karakteristik Cokelat *Ganache* Krim Nabati (*Coconut cream*)

Cokelat *ganache* krim nabati merupakan cokelat yang memiliki tekstur kental dan lembut, warna yang cokelat gelap, rasa yang manis agak pahit khas cokelat, serta memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar (Sauvica, 2016). Selain itu, kue yang sudah dilapisi oleh cokelat *ganache* akan menghasilkan permukaan yang mengkilap. Perbedaan cokelat *ganache* krim nabati dengan cokelat *ganache* dengan *whipping cream*, terletak pada daya tahannya. Krim

santan instan merupakan bahan yang mudah rusak, sehingga membuat cokelat *ganache* krim nabati memiliki daya simpan yang lebih pendek dibandingkan dengan cokelat *ganache* yang menggunakan *dairy cream*.

2.1.4.2 Bahan Pembuatan Cokelat *Ganache* Krim Nabati

Dalam pembuatan *ganache* krim nabati, diperlukan beberapa bahan yang akan digunakan. Bahan-bahan yang digunakan yaitu :

a. Cokelat

Cokelat merupakan bahan utama dalam pembuatan cokelat *ganache* krim nabati. Cokelat yang digunakan pada pembuatan cokelat *ganache* krim nabati ini adalah jenis *Dark Chocolate Compound*. Cokelat ini dipilih karena rasanya yang tidak terlalu manis, warna yang cokelat gelap, mudah digunakan dan mudah diperoleh serta memiliki aroma cokelat yang menonjol.

b. Santan Instan

Santan instan merupakan santan yang dikemas dengan skala industri. Menurut Winarno (2015) dalam Simpala (2015) santan dapat berfungsi sebagai pengganti susu. Santan instan diperoleh dari kelapa yang memiliki usia dan varietas seragam, hal ini bertujuan agar rendemen santannya maksimal. Santan instan atau santan steril ini biasanya digunakan untuk keperluan industri seperti es krim, kari kaleng, permen dan berbagai sup. Menurut Rukmana dan Yudirachman (2010), saat ini sudah berkembang dua jenis santan instan, yaitu (1) santan instan berbentuk pasta atau krim santan instan dan (2) santan instan berbentuk bubuk.

Tahap pembuatan kedua santan instan ini umumnya sama, dimulai dari sortasi, kemudian pemisahan daging kelapa dengan tempurung, pembuangan kulit ari, pamarutan, pencampuran dengan bahan lain, *blanching*, ekstraksi dan kemudian disterilisasi dan dikemas. Sortasi merupakan tahap dimana kelapa tua dipilih untuk menyeragamkan varietas dan usia. Pemisahan daging kelapa dan tempurung serta pembuangan kulit ari ini bertujuan untuk membuat warna santan menjadi putih, tidak ada kulit ari yang akan merusak warna santan. Pamarutan, dilakukan untuk memudahkan proses ekstraksi. Kelapa yang telah dipilih kemudian akan diparut dengan ukuran sedang. Ukuran parutan yang tepat juga dapat mempengaruhi ekstraksi santan. Jika ukuran parutan terlalu besar, maka rendemen kelapa parut akan menjadi sedikit. Sedangkan jika terlalu kecil, maka akan menyulitkan proses ekstraksi. Setelah diparut, kelapa kemudian ditambahkan bahan berupa Na Metabisulfite < 500 ppm dan kemudian *diblanching*.

Blanching ini bertujuan untuk menghambat reaksi enzimatik, mengurangi jumlah mikroba, memperbaiki rasa dan warna, serta memudahkan ekstraksi santan. Proses ekstraksi santan dilakukan dengan cara menambahkan air hangat, dan kemudian ekstraksi/pengepresan. Santan kemudian akan disterilisasi dengan metode UHT (*ultra high technology*) pada suhu 135-150°C. Untuk selanjutnya santan kemudian dikemas, dan dilakukan pendinginan. Semua tahap ini dilakukan dengan menggunakan mesin.

Perbedaan tahapan pembuatan krim santan instan dan santan berbentuk bubuk adalah pada santan bubuk, setelah proses sterilisasi, santan tersebut dimasukkan ke dalam alat pengering atau *spray drying*. Di dalam alat pengering, pancaran halus dari santan ditekan dengan cepat melalui suatu aliran udara panas.

Menurut Sauvica (2017), untuk membuat cokelat *ganache* krim nabati ini, jenis santan instan yang digunakan adalah santan yang berbentuk pasta atau krim santan instan dengan konsistensi yang agak kental. Penggunaan santan tersebut sebanyak 100% sehingga cokelat *ganache* krim nabati yang dihasilkan akan memiliki tekstur yang mirip dengan cokelat *ganache* yang menggunakan *whipping cream* (Sauvica, 2016). Keunggulan cokelat *ganache* krim nabati ini diantaranya dapat mempermudah perolehan bahan pembuatan untuk daerah-daerah tertentu, dapat membantu pengusaha kue untuk menekan biaya produksi, dapat menjadi alternatif bahan bagi penderita alergi laktosa (alergi terhadap produk susu), serta dapat menambah varian cokelat *ganache*.

2.1.4.4 Cara Pembuatan Cokelat *Ganache* Krim Nabati

Untuk membuat cokelat *ganache* krim nabati terdiri dari beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut yaitu :

a. Pemilihan Bahan

Pemilihan bahan baku yang tepat dan berkualitas baik juga sangat mempengaruhi kualitas cokelat *ganache* krim nabati. Dalam memilih bahan baku yang akan digunakan harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu kualitas bahan, penyimpanan bahan, sifat bahan, serta kesesuaian dengan yang dibutuhkan.

b. Pemotongan Bahan

Dark chocolate compound (DCC) sebelum digunakan harus dipotong terlebih dahulu agar ukurannya menjadi lebih kecil, ukurannya $\pm 1 \times 0,5$ cm. Tujuannya adalah untuk memudahkan cokelat meleleh dengan sempurna ketika proses pencampuran dan pengadukan.

c. Penimbangan Bahan

Penimbangan bahan merupakan tahapan yang sangat penting. Hampir dalam setiap pembuatan produk *pastry* akurasi penimbangan merupakan tahapan yang sangat penting. Akurasi penimbangan ini berfungsi untuk menghindari kelebihan atau kekurangan penggunaan suatu bahan, karena semua bahan yang digunakan harus sesuai dengan formula. Jika tidak, maka akan mempengaruhi kualitas produk.

d. Pemanasan

Proses pemanasan dilakukan untuk memanaskan krim santan instan. Krim santan instan ini dipanaskan dengan suhu $\leq 80^{\circ}\text{C}$. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi panas yang berlebih yang akan menyebabkan cokelat *ganache* krim nabati terlalu cair.

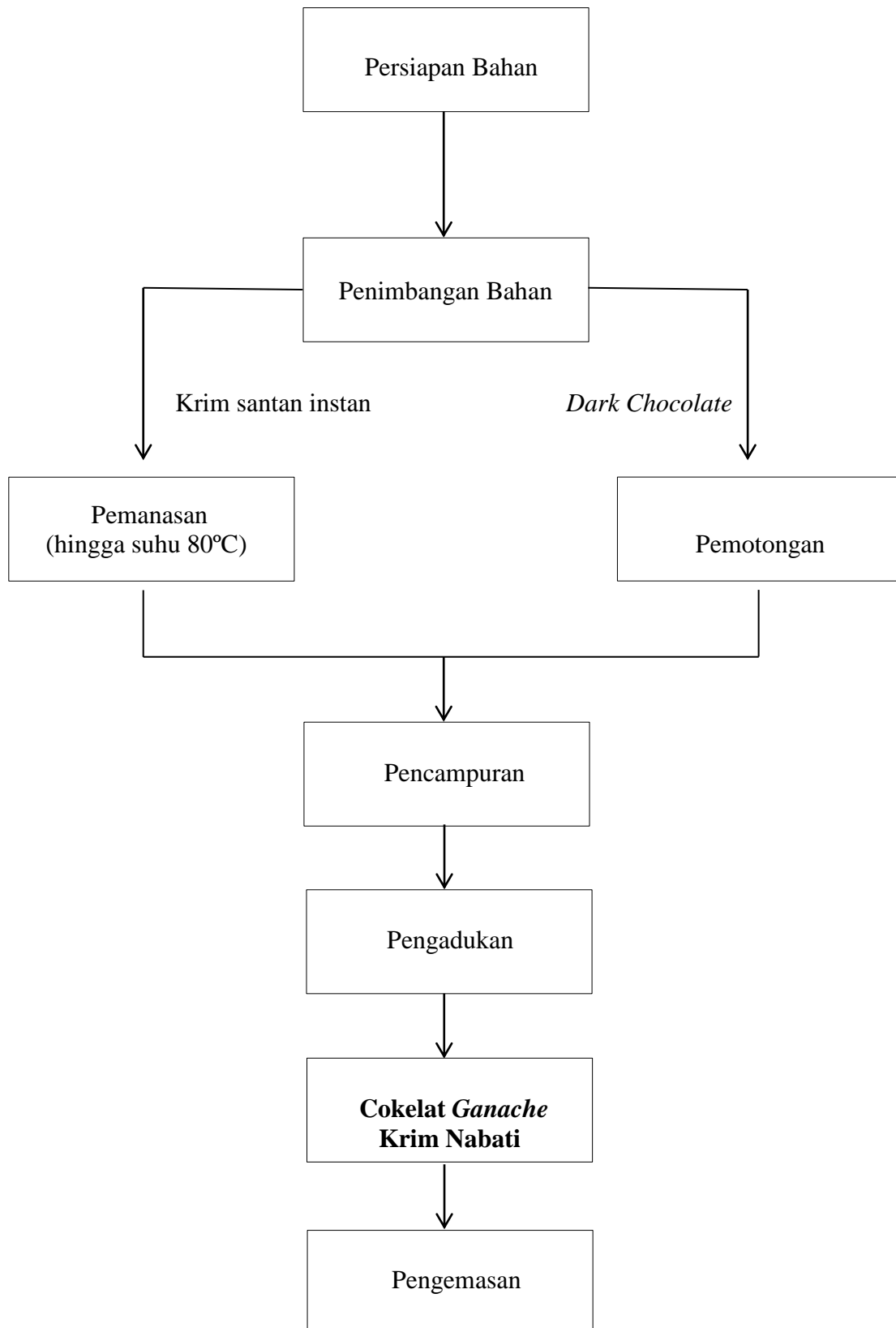
e. Pengadukan

Proses pengadukan atau pencampuran juga merupakan tahapan yang penting. Pengadukan dilakukan untuk membuat bahan menjadi campuran yang homogen atau satu kesatuan. Selain itu, proses ini membantu proses pelelehan cokelat. Lamanya pengadukan dipengaruhi oleh banyaknya bahan dan suhu pemanasan krim santan instan. Proses pengadukan akan dihentikan jika *dark chocolate* telah meleleh dengan sempurna. Ciri-cirinya adalah warnanya telah cokelat gelap sempurna, dan tidak ada lagi gumpalan cokelat yang belum meleleh.

f. Pengemasan

Proses pengemasan berfungsi untuk menghindari produk agar terhindar dari pengaruh lingkungan luar, pengemasan juga berfungsi untuk menjaga produk makanan agar tetap seperti yang diharapkan oleh produsen, seperti bentuk, tekstur,

rasa, maupun aroma. Pengemasan dilakukan ke dalam wadah steril, bersih, tertutup dan tahan pada suhu ekstrim. Cara pembuatan cokelat *ganache* krim nabati dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 2 Bagan Alir Pembuatan Cokelat *Ganache* Krim Nabati

2.2 Kerangka Pemikiran

Cokelat *ganache* merupakan produk olahan cokelat yang banyak digunakan dalam produk *pastry*. Karena pembuatannya dengan menggunakan *dairy cream*, maka untuk pembuatannya tak jarang hanya dengan menggunakan cokelat yang dilelehkan. Saat ini, telah banyak berkembang usaha-usaha menengah yang membuka toko kue dengan berbagai jenis macam kue.

Perkembangan usaha ini dikarenakan adanya peluang usaha karena banyaknya permintaan produk kue, khususnya kue-kue yang memang digunakan untuk berbagai acara perayaan. Bahan pembuatan cokelat *ganache* yang sulit di beberapa wilayah ini membuat biaya produksi pembuatan kue meningkat. Jika membeli cairan *dairy cream* tersebut, maka akan menambah nilai transportasi pembelian bahan yang lebih. Selain itu, harga krim santan instan lebih rendah dibandingkan dengan *dairy cream*. Sehingga jika cairan yang digunakan adalah krim santan instan, biaya produksi pun akan lebih rendah. Krim santan instan merupakan bahan yang sangat mudah untuk diperoleh, dari mulai supermarket, warung penjual sembako, bahkan tukang sayur pun telah menjual santan instan. Konsumen biasanya akan mudah menerima suatu bahan yang memang dapat dijadikan pengganti atau sebagai alternatif dari suatu bahan, terlebih jika memiliki harga yang relatif lebih murah. Sehingga krim santan instan bisa dipilih untuk menjadi alternatif cairan pengganti dalam pembuatan cokelat *ganache*.

Pengembangan produk cokelat *ganache* krim nabati dilakukan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk cokelat *ganache* krim nabati. Dengan adanya alternatif cairan pengganti ini, diharapkan dapat memudahkan para pengusaha kue yang menggunakan cokelat *ganache* dalam proses

pembuatannya serta meminimalis biaya. Produk inovasi yang menggunakan bahan alternatif lain dan dapat meminimalis biaya ini biasanya memiliki tingkat penerimaan yang cukup tinggi, maka perlu dilakukan penelitian apakah cokelat *ganache* krim nabati ini dapat diterima oleh konsumen yang dinilai dari berbagai aspek yaitu; kesadaran, minat, evaluasi, percobaan, dan penerimaan produk yang dilihat dari aspek eksternal, meliputi; warna dan tekstur, serta aspek internal meliputi; aroma dan rasa yang dihasilkan oleh cokelat *ganache* krim nabati.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penmbuatan produk cokelat *ganache* krim nabati ini dilakukan di Laboratorium *Pastry & Bakery* Program Studi Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan survei penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati dilakukan di wilayah Jakarta Timur. Waktu penelitian ini berlangsung sejak Desember 2016 hingga Agustus 2017.

3.2 Metode Penelitian

Metode merupakan cara yang digunakan untuk mencapai tujuan atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai suatu hal. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode survei dengan tujuan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengusaha kue yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Ridawati dan Alsuendra (2008) untuk panel konsumen, jumlah panelis terdiri dari 30-100 orang yang tergantung pada target pemasaran produk. Berdasarkan populasi tersebut, yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah peserta yang mengikuti kegiatan pendampingan wirausaha oleh RPTRA bagi calon pengusaha roti dan kue industri kecil (rumahan) di wilayah Jatinegara, Jakarta Timur yang berjumlah 50 orang.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan metode *judgment sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas kopi, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli kopi. Sampel diambil melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Metode ini dipilih karena sampel yang akan diteliti memiliki beberapa kriteria. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah para pengusaha kue yang mengikuti kegiatan penyuluhan di RPTRA Jatinegara dan Rusun.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan ciri atau karakteristik sekelompok objek yang akan diteliti. Variabel dalam penelitian ini adalah satu variabel yaitu penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.

3.5 Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa saja yang harus diamati dan bagaimana mengukur suatu variabel atau konsep (Sugiyono, 2015). Secara operasional, variabel dalam penelitian-penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

a. Penerimaan Konsumen

Penerimaan konsumen dalam penelitian ini adalah suatu keputusan untuk menggunakan produk cokelat *ganache* krim nabati berdasarkan aspek kesadaran, minat, evaluasi, percobaan dan penerimaan yang dinilai berdasarkan skor yang diberikan oleh pengusaha kue di wilayah Jakarta Timur. Penilaian ini menggunakan kuesioner tertutup.

b. Cokelat *Ganache* Krim Nabati

Cokelat *ganache* krim nabati adalah cokelat *ganache* yang dalam pembuatannya menggunakan santan instan sebagai pengganti krim kental dengan teknik pengolahan yang sama.

3.6 Desain Penelitian

3.6.1 Kajian Pustaka

Dalam setiap penelitian kajian pustaka sangat diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti sangat membutuhkan kajian pustaka, peneliti mencari referensi dan sumber maupun informasi yang berasal dari berbagai buku, skripsi terdahulu, dan internet yang memiliki materi sesuai dengan penelitian. Sumber tersebut diambil berdasarkan tema penelitian yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian.

3.6.2 Penelitian Pendahuluan

Penelitian pendahuluan yaitu penelitian yang dilakukan untuk melakukan uji coba pada formula standar yang telah ada. Uji coba ini dilakukan agar dapat memahami dan menghasilkan kualitas produk yang sama dengan kualitas yang baik.

3.6.2.1 Tahapan Uji Coba

Tahapan uji coba ini dilakukan di Laboratorium *Pastry & Bakery* Program Studi Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan formula standar yang diperoleh dari peneliti pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan cairan nabati yaitu santan instan dengan konsistensi yang kental. Tahapan uji coba ini dilakukan untuk menyamakan produk agar memiliki kualitas yang sama dengan produk sebelumnya.

Uji coba cokelat *ganache* krim nabati ini menggunakan persentase 100% penggunaan cairan dari jumlah bahan utama. Formula pembuatan cokelat *ganache* krim nabati adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Formula Standar Cokelat *Ganache* Krim Nabati

Nama Bahan	Berat (Gr)	Alat Pembuatan	Cara Pembuatan
DCC (<i>Dark Chocolate Compound</i>)	50	Timbangan Digital <i>Cutting Board</i> Pisau	Potong <i>dark chocolate</i> menjadi bagian kecil, sekitar $\pm 1 \times 0,5$ cm.
Santan Instan	50	Sendok Makan <i>Sauce Pan</i> Kompor	Timbang cokelat sesuai dengan resep, masukkan ke dalam wadah tahan panas. Panaskan santan instan hingga $\leq 80^{\circ}\text{C}$. Timbang santan yang telah dipanaskan sesuai dengan formula standar. Campurkan santan yang telah dipanaskan ke dalam cokelat yang telah dipotong timbang. Aduk dengan menggunakan sendok makan hingga menjadi satu kesatuan dengan perlahan. Kemas cokelat dalam wadah tertutup jika sudah dingin.



Gambar 3. 1 Hasil Uji Coba

Hasil: Pada uji coba tersebut, hasil yang diperoleh yaitu; warna cokelat gelap dan mengkilap, tekstur yang kental konsistensinya, aroma cokelat dan santan yang tidak tengik, rasa cokelat yang manis agak pahit. Produk dianggap telah sama dengan penelitian sebelumnya.

3.6.3 Penelitian Lanjutan

Penelitian lanjutan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan uji validasi instrumen penelitian kepada 2 orang dosen ahli untuk menentukan instrumen sebelum dilakukan penelitian. Kemudian dilakukan perhitungan uji validitas dan reliabilitas. Setelah didapatkan instrumen yang valid, dilakukan kembali uji validasi terhadap 10 orang responden yang bukan berasal dari populasi, kemudian dihitung kembali validitas dan reliabilitas. Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan suatu instrumen untuk mendapatkan suatu data.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu dalam penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data secara sistematis. Instrumen dalam penelitian, sebelum digunakan untuk penelitian, biasanya akan disusun serta dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Sehingga, instrumen akan menjadi alat ukur yang tepat sesuai dengan apa yang akan diukur.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Kuesioner

Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	No.
Kesadaran	Pengetahuan	a. Mengetahui definisi produk	1,2
		b. Mengetahui karakteristik produk	3,4,5
		c. Mengetahui manfaat produk	6,7
	Sikap	d. Menyadari adanya produk baru	8,9,10 11,12
		e. Menggunakan produk baru	
Minat	Mencari Informasi	f. Keinginan untuk mencari informasi lebih tentang produk baru	13,14,15
Evaluasi	Penilaian	g. Penilaian terhadap produk baru	16,17
Percobaan	Warna coklat <i>ganache</i> nabati	h. Menilai warna produk baru	18
	Tekstur coklat <i>ganache</i> nabati	i. Menilai tekstur (konsistensi) produk baru	19
	Aroma coklat <i>ganache</i> nabati	j. Menilai aroma produk baru	20
	Rasa coklat <i>ganache</i> nabati	k. Menilai rasa produk baru	21
Penerimaan	Produk baru	l. Keputusan untuk menerima atau menolak produk coklat <i>ganache</i> nabati	22,23, 24,25

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner. Kuesioner tersebut berupa pertanyaan dan pertanyaan yang harus diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Jika hasil uji tersebut sudah dinyatakan valid dan reliabel, maka instrumen tersebut dapat digunakan dalam pengambilan data.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2000). Suatu

instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, instrumen tersebut yaitu berupa kuesioner. Pengujian validitas ini dengan menggunakan rumus *Product Moment Pearson* dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

X = Skor indikator empiris yang diuji

Y = Total skor indikator empiris dalam konsep yang sama

r_{xy} = Koefisien korelasi antar indikator

Koefisien korelasi r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel *product moment* dengan tingkat signifikansi (angka kritis) sebesar 5%. Kriteria uji validitas adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan item pertanyaan dan pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan item pertanyaan dan pertanyaan tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Ms. Excel dengan rumus *pearson* untuk menghitung validitas butir pertanyaan dan pertanyaan.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas

Keterangan	Butir Awal	Butir Tidak Valid	Butir Valid
Pertanyaan (Benar-Salah)	8	1	7
Pertanyaan (Ya-Tidak)	9	0	9
Pertanyaan Setuju-Tidak Setuju)	9	0	9
Total	26	1	25

Berdasarkan kuesioner yang telah dilakukan uji validitas kepada 10 responden, dengan signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($10-2=8$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,6319. Dari tabel hasil uji validitas dalam lampiran 6, diketahui bahwa pertanyaan (Benar-Salah), pertanyaan (Ya-Tidak) dan pertanyaan (Setuju-Tidak Setuju) yang diajukan kepada 10 responden bukan populasi dinyatakan masing-masing valid sebanyak 7 butir pertanyaan, 1 butir pertanyaan tersebut tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$. Sedangkan, untuk semua pertanyaan (Ya-Tidak) serta (Setuju-Tidak Setuju) dinyatakan valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan pengulangan 2 kali atau lebih (Umar, 2000). Setelah mengetahui pertanyaan dan pertanyaan yang valid, maka dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Rumus K-R 20. Rumus ini digunakan karena skala pada instrumen yang digunakan adalah skala *guttman*, yaitu instrumen yang menggunakan skor 1 dan 0 dengan kata lain instrumen yang skornya berupa dikotomi serta memiliki jumlah butir pertanyaan valid yang ganjil (Arikunto, 2010). Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n}{n-1} \left\{ \frac{(st^2 - \sum pq)}{st^2} \right\}$$

Keterangan :

n = jumlah butir soal dalam instrumen

p = proporsi banyaknya subyek yang menjawab benar

q = 1-p

st² = variansi skor total

Setelah dilakukan perhitungan nilai validitas dari 26 pertanyaan dan pertanyaan, terdapat 25 butir yang valid. Kemudian dilakukan perhitungan nilai reliabilitas dengan menggunakan rumus KR-20. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki nilai sebesar 0,96 yang berada dalam rentangan 0,80-1,00. Rentangan nilai reliabilitas tersebut, sebagai berikut :

Rentang Nilai	Keterangan
< 0,20	reliabilitas sangat rendah
0,20 – 0,40	reliabilitas rendah
0,40 – 0,70	reliabilitas cukup
0,70 – 0,90	reliabilitas tinggi
0,90 – 1,00	reliabilitas sangat tinggi

Sumber: Guilford (1956)

Dilihat dari hasil rentang nilai tersebut, diperoleh bahwa instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang sangat tinggi. Ini menjelaskan bahwa, instrumen ini memiliki korelasi yang tinggi. Artinya, instrumen ini memiliki kemantapan atau konsistensi antara item suatu instrumen. Jika konsistensi instrumen memiliki tingkatan yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa instrumen ini dapat digunakan untuk mengungkapkan keadaan yang sesungguhnya dari apa yang akan diukur (Djaali, 2007).

3.8 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah langsung dan tertutup. Langsung yang dimaksud disini artinya responden menjawab sesuai dengan apa yang diketahuinya. Tertutup artinya telah disediakan alternatif jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi ini berupa foto-foto yang diambil selama penelitian.

Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu produk yang telah sama dengan penelitian terdahulu kemudian diuji validasi dengan instrumen yang ada kepada dosen ahli. Kemudian dilakukan perbaikan, setelah itu diuji cobakan kepada 10 responden dengan tujuan uji validitas produk terhadap instrumen untuk mengetahui kevalidan suatu instrumen sebelum disebar kepada pengusaha kue yang berdomisili di Jakarta Timur, kemudian butir pertanyaan dan pertanyaan yang valid dan reliabel akan digunakan untuk mengambil data dalam rangka mengukur penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* krim nabati.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Metode analisis ini menggunakan penuturan, uraian, dan penjelasan berdasarkan data serta informasi yang diperoleh dari hasil survei dengan kuesioner yang dilakukan di lapangan.

Jawaban responden kemudian ditabulasi, dipersentasikan dan dianalisis untuk mendapatkan gambaran tentang persepsi responden terhadap aspek yang menjadi penilaian. Dalam menganalisis data digunakan proses tahapan ke dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, grafik, dan ukuran rata-rata untuk menampilkan data yang diperoleh (Sugiyono, 2012).

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 coklat *ganache* krim nabati. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

4.1.1 Identitas Responden

Data diperoleh dengan cara memberikan kuesioner tertutup yang berisikan butir pertanyaan kepada 50 responden, yang dideskripsikan berdasarkan usia, dan pendidikan terakhir.

1. Responden Berdasarkan Usia

Setelah dilakukan pengumpulan data, dilakukan analisa deskriptif kepada 50 responden terpilih sesuai dengan kriteria yang ditentukan berdasarkan usia. Tabulasi responden berdasarkan kriteria responden dapat dilihat pada lampiran 9.

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	0	0
2	21-30 Tahun	5	10
3	31-40 Tahun	15	30
4	41-50 Tahun	16	32
5	> 50 Tahun	14	28
	Total	50	100

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100% (50 responden), tidak ada responden yang berusia kurang dari 20 tahun. Sebanyak 10% (5 responden) berusia 21-30 tahun, sebanyak 30% (15 responden) berusia 31-40 tahun, sebanyak 32% (16 responden) berusia 41-50 tahun dan sebanyak 28% (24 responden) berusia >50 tahun. Maka, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden, berusia 41-50 tahun.

2. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Selain dideskripsikan berdasarkan dengan usia, responden juga akan dideskripsikan berdasarkan pendidikan terakhir, dengan hasil pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	1	2
2	SMP/Sederajat	6	12
3	SMU/Sederajat	31	62
4	Diploma/D3	2	4
5	S1	9	18
6	S2	1	2
Total		50	100

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden pada jenjang SMU/Sederajat adalah sebanyak 62% (31 responden), sebanyak 18% (9 responden) pada jenjang S1, pada jenjang SMP sebanyak 12% (6 responden), pada jenjang Diploma sebanyak 4% (2 responden), serta pada jenjang S2 dan SD masing-masing sebanyak 2% (1 responden). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir di jenjang SMU/Sederajat.

4.1.2 Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah hasil analisa deskriptif berdasarkan setiap indikator. Untuk mengetahui penerimaan konsumen secara rinci, maka setiap butir pertanyaan dan pertanyaan kuesioner selanjutnya ditabulasi, analisis dan dideskripsikan hasil perhitungan *mean* (rata-ratanya).

1. Hasil dan Pembahasan Berdasarkan Aspek Kesadaran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden yang telah ditabulasikan (lampiran 10) terhadap aspek kesadaran yang memiliki beberapa sub indikator diantaranya, pengetahuan (yang terdiri dari pengertian, karakteristik dan manfaat produk), sikap dan perilaku, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Aspek pengetahuan dalam penelitian ini, terdiri dari pertanyaan yang berhubungan dengan definisi produk, karakteristik, serta manfaat cokelat *ganache*. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Penilaian Aspek Kesadaran pada Sub Indikator Pengetahuan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Cokelat <i>Ganache</i> adalah produk olahan cokelat yang pembuatannya menggunakan <i>dairy cream</i> .	Benar	26	52
		Salah	24	48
		Total	50	100
2	Cairan untuk campuran cokelat <i>ganache</i> harus cairan yang kaya akan lemak.	Benar	41	82
		Salah	9	18
		Total	50	100
3	Cokelat <i>Ganache</i> memiliki tekstur yang kental dan lembut.	Benar	50	100
		Salah	0	0
		Total	50	100
4	Cokelat <i>ganache</i> memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.	Benar	37	74
		Salah	13	26
		Total	50	100
5	Cokelat <i>ganache</i> berwarna cokelat gelap	Benar	44	88
		Salah	6	12
		Total	50	100

6	Cokelat <i>ganache</i> dapat digunakan sebagai bahan pembuatan <i>praline</i> .	Benar	36	72
		Salah	14	28
		Total	50	100
7	Cokelat <i>ganache</i> hanya dapat digunakan sebagai bahan pelapis kue.	Benar	12	24
		Salah	38	76
		Total	50	100

Menurut Engel (2006) dalam Sangadji (2013), pengetahuan terdiri dari 3 bidang yaitu; pengetahuan produk, pengetahuan pembelian yang meliputi cara perolehan produk serta kapan pembelian harus terjadi, serta pengetahuan pemakaian yang mencakup informasi ada dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk digunakan bagaimana menggunakannya. Pengetahuan ini biasanya dapat diperoleh melalui berbagai macam sumber, seperti; televisi, internet, sosial media, sekolah masak, ataupun komunitas yang berhubungan dengan suatu produk tersebut, seperti acara RPTRA ini.

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sebanyak 52% (26 responden) menjawab pertanyaan bahwa cokelat *ganache* adalah produk olahan cokelat yang pembuatannya menggunakan *dairy cream*, hal ini sejalan dengan pendapat Tanuhadi (2012), yang menyatakan bahwa bahan dasar dalam pembuatan cokelat *ganache* adalah cokelat dengan komponen berbahan dasar air, dan pada umumnya digunakan adalah *dairy cream*. Sebanyak 48% (24 responden) menjawab salah, karena kebanyakan responden hanya mengetahui pembuatan cokelat *ganache* dengan menggunakan minyak goreng, selain itu biasanya responden mengenal *dairy cream* hanya dengan nama produk ketika dijual di pasaran.

Sebanyak 82% (41 responden) menjawab pertanyaan bahwa cairan untuk campuran cokelat *ganache* harus cairan yang kaya akan lemak. Menurut Sofia

(2010), cokelat *ganache* terbuat dari cairan yang tinggi lemak dan cokelat yang komposisi lemaknya tinggi (sekitar >40%).

Tanuhadi (2012) menyatakan bahwa cokelat *ganache* merupakan olahan cokelat yang teksturnya lembut, memiliki rasa dominan cokelat dan ketika dikonsumsi akan segera larut di dalam mulut. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 100% (50 responden) menjawab benar untuk pertanyaan yang menyatakan bahwa cokelat *ganache* memiliki tekstur yang kental dan lembut. Serta sebanyak 74% (37 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.

Sebanyak 88% (44 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* berwarna cokelat gelap. Tanuhadi (2012) menyatakan bahwa di era modern, cokelat *ganache* digunakan untuk pelapis aneka *pastry*, serta pembuatan *praline* berdasarkan hasil jawaban responden, sebanyak 72% (36 responden) memberikan jawaban benar pada pertanyaan yang mengungkapkan bahwa cokelat *ganache* dapat digunakan sebagai bahan pembuatan *praline*. Sedangkan, sebanyak 24% (12 responden) memberikan jawaban benar untuk pertanyaan yang menyatakan bahwa cokelat *ganache* hanya dapat digunakan sebagai bahan pelapis kue, hal ini dikarenakan pertanyaan ini merupakan pertanyaan berbentuk negatif, yang membutuhkan fokus tingkat tinggi bagi para responden.

b. Sikap

Sikap merupakan salah satu aspek yang diamati dalam penerimaan konsumen, terdapat 3 pertanyaan dalam instrumen ini, yang hasilnya dideskripsikan sebagai berikut :

Tabel 4.4 Penilaian Aspek Kesadaran dengan Sub Indikator Sikap

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu produk olahan cokelat inovasi baru.	Ya	47	94
		Tidak	3	6
		Total	50	100
2	Cokelat <i>ganache</i> nabati belum dijual di pasaran	Ya	47	94
		Tidak	3	6
		Total	50	100
3	Cokelat <i>ganache</i> nabati bukan termasuk produk baru	Ya	34	64
		Tidak	16	32
		Total	50	100

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa sikap konsumen merupakan suatu kecenderungan yang bisa dipelajari untuk bertindak terhadap penawaran produk baik secara positif maupun negatif. Sikap juga melibatkan emosional, tindakan, serta pengetahuan. Biasanya, setelah responden memiliki pengetahuan tentang suatu produk, responden akan menyikapinya dengan memberikan kesimpulan dalam bentuk positif atau negatif.

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa sebanyak 94% (47 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati merupakan salah satu produk olahan cokelat inovasi baru. Sebanyak 94% (47 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati belum dijual di pasaran. Hal ini membuktikan bahwa hampir seluruh responden sadar bahwa cokelat *ganache* nabati merupakan produk olahan cokelat inovasi baru serta produk yang belum dijual di pasaran.

Sebanyak 68% (34 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati bukan termasuk produk baru. Pertanyaan ini merupakan pertanyaan negatif, sehingga untuk menjawabnya responden harus memiliki tingkat fokus yang tinggi. Dengan demikian, hal ini membuktikan bahwa rata-rata responden sangat sadar

bahwa cokelat *ganache* nabati ini merupakan produk olahan cokelat inovasi baru serta produk yang belum dijual di pasaran.

c. Perilaku

Perilaku merupakan salah satu sub indikator dalam aspek kesadaran, dalam kuesioner ini terdapat 2 pertanyaan, yang hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.5 Penilaian Aspek Kesadaran dengan Sub Indikator Perilaku

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Saya belum pernah menggunakan cokelat <i>ganache</i> inovasi baru	Ya	46	92
		Tidak	4	8
		Total	50	100
2	Saya tertarik menggunakan produk cokelat <i>ganache</i> inovasi baru	Ya	49	98
		Tidak	1	2
		Total	50	100

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa 92% (46 responden) belum pernah menggunakan cokelat *ganache* inovasi baru, sementara sebanyak 98% (49 responden) menyatakan bahwa tertarik untuk menggunakan cokelat *ganache* inovasi baru. Hal ini sesuai dengan teori Lamb *et al* (2004) dalam Sangadji (2013), yang menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, juga untuk menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Berdasarkan hasil penilaian pada tabel 4.5, disimpulkan bahwa responden menunjukkan perilaku belum pernah menggunakan cokelat *ganache* nabati dan tertarik untuk menggunakannya.

2. Hasil dan Pembahasan Berdasarkan Aspek Minat

Berdasarkan instrumen yang ada, dapat dilihat bahwa penilaian responden berdasarkan aspek minat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Penilaian Aspek Minat

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Saya ingin mengetahui keunggulan cokelat <i>ganache</i> dengan bahan <i>cream</i> nabati	Setuju	48	96
		Tidak Setuju	2	4
		Total	50	100
2	Saya ingin mengetahui bahan pembuatan cokelat <i>ganache</i> nabati	Setuju	50	100
		Tidak Setuju	0	0
		Total	50	100
3	Saya ingin mengetahui bagaimana rasa cokelat <i>ganache</i> yang menggunakan <i>cream</i> nabati	Setuju	50	100
		Tidak Setuju	0	0
		Total	50	100

Siregar dan Nara (2010) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar untuk sesuatu. Hasil penilaian pada aspek minat, diperoleh sebanyak 96% (48 responden) menyatakan setuju untuk mengetahui keunggulan cokelat *ganache* nabati. Serta 100% (50 responden) menyatakan setuju untuk keinginan mengetahui bagaimana rasa dan bahan pembuatan cokelat *ganache* nabati. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa responden sangat berminat terhadap cokelat *ganache* nabati.

3. Hasil Analisa Deskriptif Berdasarkan Aspek Evaluasi

Aspek evaluasi merupakan aspek yang memberikan penilaian terhadap produk. Dalam instrumen ini terdapat 2 pertanyaan dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7 Penilaian Aspek Evaluasi

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Cokelat <i>ganache</i> dengan cairan nabati merupakan salah satu inovasi produk yang kreatif	Setuju	49	98
		Tidak Setuju	1	2
		Total	50	100
2	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu inovasi produk cokelat yang dapat memudahkan perolehan bahan pembuatan	Setuju	48	96
		Tidak Setuju	2	4
		Total	50	100

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dilihat bahwa sebanyak 98% (49 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati merupakan salah satu inovasi produk yang kreatif serta dapat memudahkan bahan perolehan bahan pembuatan. Setelah responden mengetahui bahan pembuatan cokelat *ganache* nabati, maka responden akan memberikan penilaian terhadap produk tersebut dengan mempertimbangkan berbagai alasan, contohnya adalah dengan mudahnya perolehan bahan pembuatan.

Hasil penilaian tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 96% (48 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati merupakan produk olahan cokelat yang dapat memudahkan perolehan bahan pembuatan. Hal ini sejalan dengan Joni dalam Siregar (2010) yang menyatakan bahwa evaluasi merupakan suatu proses yang mempertimbangkan suatu barang dengan pertimbangan pada patokan tertentu.

4. Hasil dan Pembahasan Berdasarkan Aspek Percobaan

Setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk, maka selanjutnya konsumen akan mencoba dan memberikan penilaian menyangkut kualitas suatu produk. Kegiatan mencoba ini disebut dengan aspek percobaan, yang merupakan aspek dimana responden akan melihat dan mencicipi bagaimana warna, tekstur,

aroma serta rasa pada cokelat *ganache* nabati. Berdasarkan data yang diperoleh dari 50 responden, pada aspek percobaan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8 Penilaian Aspek Percobaan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki warna cokelat gelap	Setuju	47	94
		Tidak Setuju	3	6
		Total	50	100
2	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki tekstur yang kental	Setuju	49	98
		Tidak Setuju	1	2
		Total	50	100
3	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar	Setuju	49	98
		Tidak Setuju	1	2
		Total	50	100
4	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat	Setuju	39	78
		Tidak Setuju	11	22
		Total	50	100

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 94% (47 responden), menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati memiliki warna cokelat gelap, sebanyak 98% (49 responden) menyatakan setuju bahwa cokelat *ganache* nabati memiliki tekstur yang kental. Sementara, sebanyak 98% (49 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar. Tanuhadi (2012), menyatakan bahwa cokelat *ganache* merupakan olahan cokelat yang teksturnya lembut, memiliki rasa dominan cokelat dan ketika dikonsumsi akan segera larut di dalam mulut.

Sebanyak 78% (39 responden) menyatakan setuju bahwa cokelat *ganache* nabati memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat. Menurut Winarno (2015) dalam Simpala (2015), santan dapat berfungsi sebagai pengganti susu, santan memiliki rasa yang manis, sehingga akan menutupi rasa cokelat yang khas dengan rasa agak pahit.

5. Hasil Analisa Deskriptif Berdasarkan Aspek Penerimaan

Aspek penerimaan ini merupakan aspek yang terakhir dalam proses penerimaan konsumen. Setelah konsumen mencoba suatu produk baru, maka konsumen akan memberikan keputusan untuk menolak atau menerima suatu produk baru tersebut. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Penilaian Aspek Penerimaan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Saya menerima produk cokelat <i>ganache</i> yang dicampur dengan lemak nabati	Ya	47	94
		Tidak	3	6
		Total	50	100
2	Jika produk cokelat <i>ganache</i> nabati dijual di pasaran, saya akan membelinya	Ya	49	98
		Tidak	1	2
		Total	50	100
3	Saya tidak menerima produk cokelat <i>ganache</i> nabati secara keseluruhan	Ya	26	52
		Tidak	24	48
		Total	50	100
4	Saya akan menggunakan cokelat <i>ganache</i> nabati untuk pelapis kue jika saya membuat kue	Ya	48	96
		Tidak	2	4
		Total	50	100

Berdasarkan aspek penerimaan tersebut, diperoleh hasil bahwa dalam aspek penerimaan, sebanyak 94% (47 responden) menerima produk cokelat *ganache* yang dicampur dengan lemak nabati. Sebanyak 98% (49 responden) menyatakan bahwa jika cokelat *ganache* nabati dijual di pasaran, maka akan membelinya. Sebanyak 52% (26 responden) menyatakan tidak akan menerima cokelat *ganache* nabati secara keseluruhan. Penerimaan merupakan suatu keputusan menerima atau menolak yang dibuat oleh seseorang umumnya konsumen dalam menggunakan suatu produk baru dengan berbagai pertimbangan. Dalam hal ini, diperkirakan bahwa terdapat pertimbangan tertentu dari responden untuk menerima produk

inovasi baru. Menurut Dudung (2012), suatu produk baru harus memiliki nilai atau manfaat, nilai tersebut dapat diukur dengan berbagai macam dimensi.

Dimensi nilai tersebut dapat meliputi fungsi/guna, kinerja (*performance*), harga/biaya (*cost*), ciri/keistimewaan (*feature*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), serta daya tahan (*durability*). Cokelat *ganache* nabati merupakan pencampuran antara cokelat dengan santan instan, masyarakat sangat paham bahwa santan merupakan bahan yang mudah rusak, sehingga akan memunculkan keraguan untuk menerima produk baru secara keseluruhan. Responden belum mengetahui bagaimana daya tahan suatu produk jika menggunakannya.

Sebanyak 96% (48 responden) menyatakan akan menggunakan cokelat *ganache* nabati untuk pelapis kue. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menerima produk cokelat *ganache* nabati. Hal ini sesuai dengan teori tahap penerimaan yaitu mulai dari proses sadar akan hal baru, berminat akan hal baru, memberikan penilaian, mencoba produk baru hingga pada tahap penerimaan (Kotler dan Keller, 2008).

4.2 Kelemahan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan secara maksimal dan diusahakan dijalankan sesuai dengan prosedur penelitian, namun demikian masih memiliki kelemahan yaitu sulitnya untuk memperoleh pengusaha kue yang dijadikan sebagai sampel, serta daya tahan penggunaan santan yang tidak bisa terlalu lama.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang bertujuan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk baru yaitu cokelat *ganache* nabati yang formulanya telah ditemukan yang terbaik di penelitian sebelumnya. Penerimaan konsumen ini terdiri dari beberapa aspek, yaitu; kesadaran, minat, evaluasi, percobaan hingga penerimaan yang diujikan kepada 50 responden yang telah ditentukan yaitu pengusaha kue yang berdomisili di Jakarta Timur dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang tertutup.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* nabati, dapat disimpulkan bahwa :

1. Responden sadar dan memiliki pengetahuan yang baik tentang cokelat *ganache*, yang terlihat bahwa 100% (50 responden) menyatakan cokelat *ganache* memiliki tekstur yang lembut dan kental, sebanyak 88% (44 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* berwarna cokelat gelap, serta 64% (32 responden) menyatakan bahwa campuran cokelat *ganache* haruslah dengan cairan yang kaya akan lemak.
2. Sebanyak 94% (47 responden) dari responden menyadari bahwa cokelat *ganache* nabati merupakan produk inovasi baru dan belum dijual di pasaran. Serta 98% (49 responden) menunjukkan perilaku dengan menyadari dan tertarik untuk menggunakan cokelat *ganache* nabati.

3. Sebanyak 100% (50 responden) menyatakan berminat terhadap cokelat *ganache* nabati yang diketahui dari penilaian terhadap aspek minat dan menyatakan tertarik untuk mengetahui bahan pembuatan cokelat *ganache* nabati serta berminat untuk mengetahui bagaimana rasa cokelat *ganache* nabati.
4. Sebanyak 98% (49 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* dengan cairan nabati merupakan salah satu inovasi produk yang kreatif pada aspek evaluasi. Dengan demikian, responden memberikan penilaian bahwa cokelat *ganache* nabati merupakan produk yang kreatif.
5. Dalam aspek percobaan, 98% (49 responden) menyatakan bahwa cokelat *ganache* nabati memiliki tekstur yang kental, serta memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar.
6. Sebanyak 98% (49 responden) menyatakan menerima cokelat *ganache* nabati dan akan membelinya jika dijual di pasaran, serta akan menggunakan cokelat *ganache* nabati untuk pelapis kue.

5.2 Saran

Penelitian ini hanya membahas mengenai penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* nabati. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan untuk dilakukan penelitian lanjutan mengenai :

1. Perbandingan penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* nabati dengan cokelat *ganache* yang menggunakan *whipping cream*.
2. Penerimaan konsumen dalam pengaplikasian cokelat *ganache* nabati sebagai isian *praline*.

3. Penerimaan konsumen terhadap cokelat *ganache* nabati dengan sampel industri kue yang lebih besar

DAFTAR PUSTAKA

- Alsuhendra dan Ridawati. 2008. *Prinsip Analisis Zat Gizi dan Penelitian Organoleptik Bahan Makanan*. Jakarta: UNJ Pers.
- Cahyana dan Ismayani. 2004. *Seri Hidangan Top 14 Kreasi Serba Cokelat*. Jakarta: PT Primamedia Pustaka
- Djaali dan Muljono. 2008. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: PT Grasindo
- Dudung, Agus. 2012. *Merancang Produk*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Guilford. 1956. *Fundamental Statistics In Pshychology and Education*. Tokyo: McGraw-Hill Book Company, Inc
- Indah, Toraya Nova. 2016. *Pengaruh Penggunaan Susu UHT, Susu Pasteurisasi dan Susu Evaporasi Terhadap Kualitas Ganache untuk Pelapis Kue*. [skripsi]. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta
- Indrayanti, Rini. 2014. *The Advancment of Communication Bangkitnya Para Penghasil Kakao Indonesia, Majalah Cocoa Sustainability Partnership*, Edisi Maret-Mei 2014
- Istiany, A. et al. 2009. *Buku Pedoman Skripsi/Komprehensif/Karya Inovatif Cetakan 1*. FT UNJ Press. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran Ed-13 Jilid 2*. Terjemahan oleh Sabran, Bob; Editor oleh Maulana, Adi; Hayati, Sri Yayat. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Ed-12 Jilid 1*. Terjemahan oleh Sabran, Bob; Editor oleh Maulana, Adi; Barnadi, Devri; Hardani, Wibi. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, Az. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Priandini, Dian Prasasti. 2013. *Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk di Beranda Resto dan Patiseri Ditinjau dari Tingkat Pendidikan Pelanggan*. [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
- Rukmana dan Yudirachman. 2016. *Untung Berlipat dari Budi Daya Kelapa, Tanaman Multi Manfaat*. Yogyakarta: Andi
- Safitri, dkk. 2013. *Non Dairy Creamer Jurnal Pangan dan Agroindustri Vol. 1 No. 1 p. 1-14*

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi
- Sauvica, Ranty Andriani. 2017. *Pengaruh Penambahan Santan Instan Kental (Coconut Milk) Pada Cokelat Ganache Cream Nabati Terhadap Daya Terima Konsumen*. [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
- Simpala, M. Mawardin. 2015. *Save The Tree Of Life Potensi Sektor Kelapa Indonesia*. Bogor: By Pass
- Siregar, Eveline dan Nara, Hartini. 2010. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta Pers
- Sofia. 2010. *Journal surveying chocolate's applications, trends Vol.3*
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tanuhadi, Louis. 2012. *Chocology*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran, edisi II*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. SUN Jakarta.

www.willburchocolate.com

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-kisi Kuesioner Survei Sebelum Dilakukan Validasi

Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	No.
Kesadaran	Pengetahuan	a. Mengetahui definisi produk	1,2
		b. Mengetahui karakteristik produk	3,4,5
		c. Mengetahui manfaat produk	6,7,8
	Sikap	d. Menyadari adanya produk baru	9,10,11
		e. Menggunakan produk baru	12,13
Minat	Mencari Informasi	f. Keinginan untuk mencari informasi lebih tentang produk baru	14,15,16
Evaluasi	Penilaian	g. Penilaian terhadap produk baru	17,18
Percobaan	Warna <i>ganache</i>	h. Menilai warna produk baru	19
	Tekstur <i>ganache</i>	i. Menilai tekstur (konsistensi) produk baru	20
	Aroma <i>ganache</i>	j. Menilai aroma produk baru	21
	Rasa <i>ganache</i>	k. Menilai rasa produk baru	22
Penerimaan	Produk baru	l. Keputusan untuk menerima atau menolak produk coklat <i>ganache</i> nabati	23,24, 25,26

Lampiran 2. Kuesioner Survei Sebelum Dilakukan Validasi

KUESIONER PENERIMAAN KONSUMEN

COKELAT *GANACHE* NABATI

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah baik-baik pertanyaan dalam kuesioner sebelum Anda mengisinya.
2. Untuk identifikasi responden isilah titik-titik yang sesuai dengan identitas diri.
3. Pilihlah pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda dalam mencoba cokelat *ganache* nabati yang berkaitan dengan penerimaan cokelat *ganache* nabati dengan memberi tanda (√) pada tabel yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Alamat :
3. Usia :
 < 20 tahun
 21 – 30
 31 – 40 tahun
 41 – 50 tahun
 > 51 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 SD
 SMP
 SMU/Sederajat
 Diploma/D3
 S1
 S2
 Lain-lain.....(sebutkan)
5. Selain usaha industri kue, pekerjaan lain yang digeluti adalah :

I. Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda

No.	PERTANYAAN	Jawaban Responden	
		Benar	Salah
1.	<i>Ganache</i> adalah produk olahan cokelat yang pembuatannya menggunakan <i>dairy cream</i> .		
2.	Cairan untuk campuran <i>ganache</i> harus cairan yang kaya akan lemak.		
3.	<i>Ganache</i> memiliki tekstur yang kental dan lembut.		
4.	Cokelat <i>ganache</i> memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.		
5.	Cokelat <i>ganache</i> berwarna cokelat gelap		
6.	Cokelat <i>ganache</i> dapat digunakan sebagai bahan pembuatan <i>praline</i> .		
7.	Cokelat <i>ganache</i> hanya dapat digunakan sebagai bahan pelapis kue.		
8.	Cokelat <i>ganache</i> dapat digunakan sebagai pengganti <i>buttercream</i> .		

II. Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda

No.	PERTANYAAN	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
9.	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu produk olahan cokelat inovasi baru.		
10.	Cokelat <i>ganache</i> nabati belum dijual di pasaran.		
11.	Cokelat <i>ganache</i> nabati bukan termasuk produk baru.		
12.	Saya belum pernah menggunakan cokelat <i>ganache</i> inovasi baru.		
13.	Saya tertarik menggunakan produk cokelat <i>ganache</i> inovasi baru.		

III. Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda

No.	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN	
14.	Saya ingin mengetahui keunggulan cokelat <i>ganache</i> dengan bahan <i>cream</i> nabati.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
15.	Saya ingin mengetahui bahan pembuatan cokelat <i>ganache</i> nabati.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
16.	Saya ingin mengetahui bagaimana rasa cokelat <i>ganache</i> yang menggunakan <i>cream</i> nabati.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
17.	Cokelat <i>ganache</i> dengan cairan nabati merupakan salah satu inovasi produk yang kreatif.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
18.	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu inovasi produk cokelat yang dapat memudahkan perolehan bahan pembuatan.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>

IV. Di depan Anda merupakan produk cokelat *ganache* nabati. Berikan penilaian Anda terhadap produk tersebut !

No.	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN	
19.	<i>Ganache</i> nabati memiliki warna cokelat gelap	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
20.	<i>Ganache</i> nabati memiliki tekstur yang kental.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
21.	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
22.	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>

23.	Saya menerima produk coklat <i>ganache</i> yang dicampur dengan lemak nabati.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
24.	Jika produk coklat <i>ganache</i> nabati dijual di pasaran, saya akan membelinya.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
25.	Saya tidak menerima produk coklat <i>ganache</i> nabati secara keseluruhan.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
26.	Saya akan menggunakan coklat <i>ganache</i> nabati untuk pelapis kue jika saya membuat kue.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>

TANDA TANGAN

()

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA DALAM MENGGISI
KUESIONER PENERIMAAN KONSUMEN INI

Lampiran 3. Kisi-Kisi Kuesioner Setelah Dilakukan Validasi

Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	No.
Kesadaran	Pengetahuan	a. Mengetahui definisi produk	1,2
		b. Mengetahui karakteristik produk	3,4,5
		c. Mengetahui manfaat produk	6,7,8
	Sikap	d. Menyadari adanya produk baru	9,10,11
		e. Menggunakan produk baru	12,13
Minat	Mencari Informasi	f. Keinginan untuk mencari informasi lebih tentang produk baru	14,15,16
	Evaluasi	Penilaian	g. Penilaian terhadap produk baru
Percobaan	Warna coklat <i>ganache</i> nabati	h. Menilai warna produk baru	19
	Tekstur coklat <i>ganache</i> nabati	i. Menilai tekstur (konsistensi) produk baru	20
	Aroma coklat <i>ganache</i> nabati	j. Menilai aroma produk baru	21
	Rasa coklat <i>ganache</i> nabati	k. Menilai rasa produk baru	22
Penerimaan	Produk baru	l. Keputusan untuk menerima atau menolak produk coklat <i>ganache</i> nabati	23,24,25, 26

Lampiran 4. Kuesioner Survei Setelah Dilakukan Validasi

KUESIONER PENERIMAAN KONSUMEN

COKELAT *GANACHE* NABATI

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah baik-baik pertanyaan dalam kuesioner sebelum Anda mengisinya.
2. Untuk identifikasi responden isilah titik-titik yang sesuai dengan identitas diri.
3. Pilihlah pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda dalam mencoba cokelat *ganache* nabati yang berkaitan dengan penerimaan cokelat *ganache* nabati dengan memberi tanda (√) pada tabel yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Alamat :
3. Usia :
 < 20 tahun
 21 – 30
 32 – 40 tahun
 42 – 50 tahun
 > 51 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 SD S1
 SMP S2
 SMU/Sederajat Lain-lain.....(sebutkan)
 Diploma/D3
5. Selain usaha industri kue, pekerjaan lain yang digeluti adalah :

V. Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda

No.	PERTANYAAN	Jawaban Responden	
		Benar	Salah
1.	<i>Ganache</i> adalah produk olahan cokelat yang pembuatannya menggunakan <i>dairy cream</i> .		
2.	Cairan untuk campuran <i>ganache</i> harus cairan yang kaya akan lemak.		
3.	<i>Ganache</i> memiliki tekstur yang kental dan lembut.		
4.	Cokelat <i>ganache</i> memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.		
5.	Cokelat <i>ganache</i> berwarna cokelat gelap		
6.	Cokelat <i>ganache</i> dapat digunakan sebagai bahan pembuatan <i>praline</i> .		
7.	Cokelat <i>ganache</i> hanya dapat digunakan sebagai bahan pelapis kue.		

VI. Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda

No.	PERTANYAAN	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
8.	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu produk olahan cokelat inovasi baru.		
9.	Cokelat <i>ganache</i> nabati belum dijual di pasaran.		
10.	Cokelat <i>ganache</i> nabati bukan termasuk produk baru.		
11.	Saya belum pernah menggunakan cokelat <i>ganache</i> inovasi baru.		
12.	Saya tertarik menggunakan produk cokelat <i>ganache</i> inovasi baru.		

VII. Berikan tanda (√) pada pertanyaan yang sesuai dengan pilihan Anda

No.	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN	
13.	Saya ingin mengetahui keunggulan cokelat <i>ganache</i> dengan bahan <i>cream</i> nabati.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
14.	Saya ingin mengetahui bahan pembuatan cokelat <i>ganache</i> nabati.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
15.	Saya ingin mengetahui bagaimana rasa cokelat <i>ganache</i> yang menggunakan <i>cream</i> nabati.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
16.	Cokelat <i>ganache</i> dengan cairan nabati merupakan salah satu inovasi produk yang kreatif.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
17.	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu inovasi produk cokelat yang dapat memudahkan perolehan bahan pembuatan.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>

VIII. Di depan Anda merupakan produk cokelat *ganache* nabati. Berikan penilaian Anda terhadap produk tersebut !

No.	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN	
18.	<i>Ganache</i> nabati memiliki warna cokelat gelap	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
19.	<i>Ganache</i> nabati memiliki tekstur yang kental.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
20.	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
21.	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>

22.	Saya menerima produk coklat <i>ganache</i> yang dicampur dengan lemak nabati.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
23.	Jika produk coklat <i>ganache</i> nabati dijual di pasaran, saya akan membelinya.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
24.	Saya tidak menerima produk coklat <i>ganache</i> nabati secara keseluruhan.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
25.	Saya akan menggunakan coklat <i>ganache</i> nabati untuk pelapis kue jika saya membuat kue.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>

TANDA TANGAN

()

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA DALAM MENGGISI
KUESIONER PENERIMAAN KONSUMEN INI

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dengan *Product Moment Pearson*

No.	Pertanyaan/Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Ket.
1	<i>Ganache</i> adalah produk olahan cokelat yang pembuatannya menggunakan <i>dairy cream</i> .	0,643183	0,6319	Valid
2	Cairan untuk campuran <i>ganache</i> harus cairan yang kaya akan lemak.	0,643183	0,6319	Valid
3	<i>Ganache</i> memiliki tekstur yang kental dan lembut.	0,635721	0,6319	Valid
4	Cokelat <i>ganache</i> memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.	0,643183	0,6319	Valid
5	Cokelat <i>ganache</i> berwarna cokelat gelap	0,79452	0,6319	Valid
6	Cokelat <i>ganache</i> dapat digunakan sebagai bahan pembuatan <i>praline</i> .	0,72819	0,6319	Valid
7	Cokelat <i>ganache</i> hanya dapat digunakan sebagai bahan pelapis kue.	0,693629	0,6319	Valid
8	Cokelat <i>ganache</i> dapat digunakan sebagai pengganti <i>buttercream</i> .	0,012611	0,6319	Invalid
9	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu produk olahan cokelat inovasi baru.	0,693629	0,6319	Valid
10	Cokelat <i>ganache</i> nabati belum dijual di pasaran.	0,658838	0,6319	Valid
11	Cokelat <i>ganache</i> nabati bukan termasuk produk baru.	0,731409	0,6319	Valid
12	Saya belum pernah menggunakan cokelat <i>ganache</i> inovasi baru.	0,731409	0,6319	Valid
13	Saya tertarik menggunakan produk cokelat <i>ganache</i> inovasi baru.	0,658838	0,6319	Valid
14	Saya ingin mengetahui keunggulan cokelat <i>ganache</i> dengan bahan <i>cream</i> nabati.	0,731409	0,6319	Valid
15	Saya ingin mengetahui bahan pembuatan cokelat <i>ganache</i> nabati.	0,755003	0,6319	Valid
16	Saya ingin mengetahui bagaimana rasa cokelat <i>ganache</i> yang menggunakan <i>cream</i> nabati.	0,755003	0,6319	Valid
17	Cokelat <i>ganache</i> dengan cairan nabati merupakan salah satu inovasi produk yang kreatif.	0,668406	0,6319	Valid
18	Cokelat <i>ganache</i> nabati merupakan salah satu inovasi produk cokelat yang dapat memudahkan perolehan bahan pembuatan.	0,72819	0,6319	Valid
19	<i>Ganache</i> nabati memiliki warna cokelat gelap	0,72819	0,6319	Valid
20	<i>Ganache</i> nabati memiliki tekstur yang	0,80219	0,6319	Valid

	kental.			
21	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki aroma khas cokelat dan santan yang segar.	0,80219	0,6319	Valid
22	Cokelat <i>ganache</i> nabati memiliki rasa manis agak pahit khas cokelat.	0,80219	0,6319	Valid
23	Saya menerima produk cokelat <i>ganache</i> yang dicampur dengan lemak nabati.	0,693629	0,6319	Valid
24	Jika produk cokelat <i>ganache</i> nabati dijual di pasaran, saya akan membelinya.	0,80219	0,6319	Valid
25	Saya tidak menerima produk cokelat <i>ganache</i> nabati secara keseluruhan.	0,654654	0,6319	Valid
26	Saya akan menggunakan cokelat <i>ganache</i> nabati untuk pelapis kue jika saya membuat kue.	0,693629	0,6319	Valid

Lampiran 6. Reliabilitas Instrumen yang Telah Valid dengan Rumus KR-20

1. Reliabilitas

$$r = \frac{n}{n-1} \left\{ \frac{(st^2 - \sum pq)}{st^2} \right\}$$

Keterangan :

n = jumlah butir soal dalam instrumen

p = proporsi banyaknya subyek yang menjawab benar

$q = 1-p$

st^2 = variansi skor total

Jawab :

$$st^2 = \frac{X^2}{n-1} \quad \text{dan} \quad X^2 = \sum Xt^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

Dengan n = Jumlah responden

$$\begin{aligned} X^2 &= \sum Xt^2 - \frac{(\sum X)^2}{n} && \rightarrow && st^2 &= \frac{X^2}{n-1} \\ X^2 &= 2940 - \frac{(148)^2}{10} && && st^2 &= \frac{749,6}{10-1} = \frac{749,6}{9} \\ &= 2940 - 2190,4 && && && st^2 = 83,28 \\ &= 749,6 && && && \end{aligned}$$

Dengan $n =$ jumlah butir soal dalam instrumen, maka :

$$r = \frac{25}{25 - 1} \left\{ \frac{(83,28 - 5,8)}{83,28} \right\}$$

$$r = \frac{25}{24} \{0,93\}$$

$$r = 0,96$$

Maka, diketahui nilai reliabilitas pada instrumen tersebut adalah **0,96**

Dengan rentang nilai :

Rentang Nilai	Keterangan
< 0,20	reliabilitas sangat rendah
0,20 – 0,40	reliabilitas rendah
0,40 – 0,70	reliabilitas cukup
0,70 – 0,90	reliabilitas tinggi
0,90 – 1,00	reliabilitas sangat tinggi

Sumber: Guilford (1956)

Karena nilai r pada instrumen tersebut adalah 0,96 maka instrumen tersebut sangat reliabel.

Lampiran 7. Hasil Hitung Reliabilitas

No Responden	Butir Soal										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1
6	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0
7	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
10	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0
Benar ($\sum X$)	7	7	5	7	3	5	7	7	5	6	6
p	0,7	0,7	0,5	0,7	0,3	0,5	0,7	0,7	0,5	0,6	0,6
q	0,3	0,3	0,5	0,3	0,7	0,5	0,3	0,3	0,5	0,4	0,4
$\sum p.q$	0,21	0,21	0,25	0,21	0,21	0,25	0,21	0,21	0,25	0,24	0,24

12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0
0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
5	6	6	6	7	5	5	6	6	6	7	6	5
0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,5
0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5
0,25	0,24	0,24	0,24	0,21	0,25	0,25	0,24	0,24	0,24	0,21	0,24	0,25

	x	x²
25		
1	25	625
1	25	625
0	5	25
0	7	49
1	18	324
1	8	64
1	23	529
1	25	625
0	5	25
1	7	49
7	148	2940
0,7		
0,3		
0,21	5,8	

Lampiran 8. Tabel R Statistika

TABEL R STATISTIKA
 rumushitung.com
<http://rumushitung.com>

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791

Lampiran 9. Tabulasi Data Berdasarkan Karakteristik Responden

No. Responden	Usia	Pendidikan Terakhir
1	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
2	31-40 Tahun	SMP/Sederajat
3	>51 Tahun	SD
4	>51 Tahun	S1
5	31-40 Tahun	SMP/Sederajat
6	41-50 Tahun	SMP/Sederajat
7	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
8	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
9	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
10	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
11	31-40 Tahun	SMP/Sederajat
12	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
13	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
14	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
15	31-40 Tahun	S1
16	41-50 Tahun	S1
17	>51 Tahun	SMU/Sederajat
18	>51 Tahun	SMU/Sederajat
19	31-40 Tahun	SMP/Sederajat
20	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
21	41-50 Tahun	S1
22	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
23	>51 Tahun	S1
24	>51 Tahun	SMU/Sederajat
25	31-40 Tahun	SMP/Sederajat
26	>51 Tahun	SMU/Sederajat
27	>51 Tahun	SMU/Sederajat
28	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
29	>51 Tahun	SMU/Sederajat
30	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
31	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
32	>51 Tahun	SMU/Sederajat
33	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
34	31-40 Tahun	S1
35	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
36	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
37	21-30 Tahun	SMU/Sederajat

38	>51 Tahun	SMU/Sederajat
39	21-30 Tahun	S2
40	21-30 Tahun	D3
41	>51 Tahun	SMU/Sederajat
42	>51 Tahun	S1
43	31-40 Tahun	S1
44	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
45	21-30 Tahun	S1
46	31-40 Tahun	SMU/Sederajat
47	>51 Tahun	SMU/Sederajat
48	21-30 Tahun	D3
49	41-50 Tahun	SMU/Sederajat
50	41-50 Tahun	SMU/Sederajat

Lampiran 10. Tabulasi Data Berdasarkan Aspek Kesadaran, Minat, Evaluasi, Percobaan dan Penerimaan

1. Tabulasi kuesioner berdasarkan aspek kesadaran (Pengetahuan)

Kriteria Penilaian dengan Skala *Guttman*

Kriteria	Skor	
	Positif	Negatif
Benar	1	0
Salah	0	1

No. Responden	Pertanyaan						
	1	2	3	4	5	6	7
1	0	1	1	1	1	1	0
2	1	1	1	1	1	1	0
3	1	1	1	1	1	1	0
4	0	0	1	0	1	1	1
5	0	1	1	0	1	1	0
6	0	1	1	1	0	0	0
7	0	0	1	0	1	1	0
8	0	1	1	1	1	1	0
9	1	1	1	1	0	1	0
10	0	1	1	1	1	0	0
11	1	0	1	1	1	1	0
12	0	0	1	1	1	0	1
13	0	1	1	1	1	1	1
14	0	0	1	0	1	0	0
15	0	1	1	0	1	0	0
16	1	0	1	0	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	0
18	1	0	1	0	1	1	1
19	0	1	1	0	1	0	0
20	1	1	1	1	1	1	0
21	0	1	1	0	1	1	0
22	0	0	1	1	1	1	0
23	1	1	1	1	1	0	0
24	0	1	1	1	1	0	0
25	0	1	1	1	0	1	0
26	0	1	1	0	1	1	0

27	0	1	1	0	0	1	1
28	1	1	1	1	0	1	1
29	1	1	1	0	1	1	0
30	1	1	1	1	1	1	0
31	0	0	1	1	1	1	0
32	1	1	1	1	1	0	0
33	1	1	1	1	1	1	0
34	1	1	1	1	1	1	0
35	1	1	1	1	1	1	1
36	0	1	1	1	1	1	1
37	0	1	1	1	1	0	0
38	0	1	1	1	1	0	0
39	0	1	1	1	1	0	0
40	1	1	1	1	1	1	0
41	0	1	1	0	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	0
43	1	1	1	1	1	1	0
44	1	1	1	1	1	1	0
45	1	1	1	1	1	1	0
46	1	1	1	1	1	1	0
47	1	1	1	1	1	0	1
48	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	0	0	0
50	1	1	1	1	1	1	0
Jawaban Benar	26	41	50	37	44	36	12
Jawaban Salah	24	9	0	13	6	14	38
Modus	1	1	1	1	1	1	0
Jumlah	50	50	50	50	50	50	50
Mean	0,52	0,82	1	0,74	0,88	0,72	0,24

2. Tabulasi Kuesioner dengan Aspek Kesadaran (Sikap dan Perilaku)

Kriteria Penilaian dengan Skala *Guttman*

Kriteria	Skor	
	Positif	Negatif
Ya	1	0
Tidak	0	1

No. Responden	Pernyataan				
	8	9	10	11	12
1	1	1	1	1	1
2	1	1	0	1	1
3	1	1	0	1	1
4	1	1	1	1	1
5	1	1	1	0	1
6	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1
9	1	1	1	0	1
10	1	1	1	1	1
11	1	1	0	1	1
12	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1
16	0	0	0	1	1
17	1	1	0	1	1
18	0	1	0	1	1
19	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1
21	1	0	1	0	1
22	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1
26	1	1	0	1	1
27	1	1	1	1	1
28	1	1	0	1	1
29	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1

31	1	1	0	1	1
32	1	1	1	1	1
33	1	1	0	1	1
34	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1
39	1	1	0	0	1
40	1	1	1	1	1
41	1	0	1	1	1
42	0	1	1	1	1
43	1	1	0	1	1
44	1	1	0	1	1
45	1	1	0	1	1
46	1	1	0	1	1
47	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1
49	1	1	0	1	0
50	1	1	1	1	1
Jawaban Benar	47	47	34	46	49
Jawaban Salah	3	3	16	4	1
Modus	1	1	1	1	1
Jumlah	50	50	50	50	50
Mean	0,94	0,94	0,68	0,92	0,98

Lampiran 11. Tabulasi Data dengan Aspek Minat dan Evaluasi

Kriteria Penilaian dengan Skala *Guttman*

Kriteria	Skor
Setuju	1
Tidak Setuju	0

No. Responden	Pernyataan				
	13	14	15	16	17
1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1
6	0	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1
10	0	1	1	0	1
11	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	0
19	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1

32	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	0
Jawaban Benar	48	50	50	49	48
Jawaban Salah	2	0	0	1	2
Jumlah	50	50	50	50	50
Modus	1	1	1	1	1
Mean	0,96	1	1	0,98	0,96

Lampiran 12. Tabulasi Data dengan Aspek Percobaan

Kriteria Penilaian dengan Skala *Guttman*

Kriteria	Skor
Setuju	1
Tidak Setuju	0

No. Responden	Pernyataan			
	18	19	20	21
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	0
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	0
8	1	1	1	1
9	1	1	1	1
10	1	0	1	1
11	1	1	1	1
12	1	1	0	1
13	1	1	1	1
14	1	1	1	0
15	1	1	1	1
16	1	1	1	0
17	1	1	1	1
18	1	1	1	1
19	1	1	1	0
20	1	1	1	1
21	1	1	1	1
22	1	1	1	1
23	1	1	1	1
24	1	1	1	0
25	0	1	1	1
26	1	1	1	0
27	0	1	1	0
28	0	1	1	1
29	1	1	1	0
30	1	1	1	1
31	1	1	1	1

32	1	1	1	1
33	1	1	1	1
34	1	1	1	1
35	1	1	1	1
36	1	1	1	1
37	1	1	1	1
38	1	1	1	1
39	1	1	1	1
40	1	1	1	1
41	1	1	1	0
42	1	1	1	1
43	1	1	1	1
44	1	1	1	1
45	1	1	1	1
46	1	1	1	1
47	1	1	1	1
48	1	1	1	1
49	1	1	1	0
50	1	1	1	1
Jawaban Benar	47	49	49	39
Jawaban Salah	3	1	1	11
Jumlah	50	50	50	50
Modus	1	1	1	1
Mean	0,94	0,98	0,98	0,78

Lampiran 13. Tabulasi Data Aspek Penerimaan

Kriteria Penilaian dengan Skala *Guttman*

Kriteria	Skor	
	Positif	Negatif
Ya	1	0
Tidak	0	1

No. Responden	Pernyataan			
	22	23	24	25
1	1	1	0	1
2	1	1	0	1
3	1	1	0	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	0	1
7	1	1	1	1
8	1	1	1	1
9	1	0	0	1
10	1	1	1	1
11	1	1	1	1
12	0	1	0	1
13	1	1	0	1
14	1	1	0	1
15	1	1	0	1
16	0	1	0	1
17	1	1	0	1
18	1	1	1	1
19	0	1	1	1
20	1	1	0	1
21	1	1	1	1
22	1	1	1	1
23	1	1	1	1
24	1	1	1	1
25	1	1	1	1
26	1	1	0	1
27	1	1	0	1
28	1	1	0	1
29	1	1	0	1
30	1	1	0	1

31	1	1	0	1
32	1	1	1	1
33	1	1	0	1
34	1	1	1	1
35	1	1	1	1
36	1	1	1	1
37	1	1	1	0
38	1	1	0	0
39	1	1	1	1
40	1	1	1	1
41	1	1	1	1
42	1	1	1	1
43	1	1	0	1
44	1	1	0	1
45	1	1	0	1
46	1	1	0	1
47	1	1	1	1
48	1	1	1	1
49	1	1	1	1
50	1	1	1	1
Jawaban Benar	47	49	26	48
Jawaban Salah	3	1	24	2
Jumlah	50	50	50	50
Modus	1	1	1	1
Mean	0,94	0,98	0,52	0,96

Lampiran 14. Dokumentasi Kegiatan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. DATA PRIBADI

Nama : Innika Nurhabiba Simatupang
Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 03 Juni 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Tinggi Badan : 156 cm
Berat Badan : 50 Kg
Alamat Tempat Tinggal : Kp. Gardu Rt.002/007 Ds Kramat, Kec. Pakuhaji,
Kab. Tangerang, Banten. 15572
No. Hp : 085886982387
Email : innikan@gmail.com

B. PENDIDIKAN FORMAL

- 2000 – 2007 : SD Negeri Kramat II
- 2007 – 2010 : SMP Negeri 1 Pakuhaji
- 2010 – 2013 : SMA Negeri 11 Kab. Tangerang
- 2013 – 2017 : Universitas Negeri Jakarta Prodi Pendidikan Tata Boga

C. PENDIDIKAN NON FORMAL

- 2014 : Mengikuti “*Table Manner*” di Hotel Lumiree
- 2015 : Mengikuti “*Table Manner*” di Oasis Restaurant

D. PENGALAMAN KERJA

- Kuliah Kerja Nyata di Tanggulun Timur, Subang (2016)
- *Aerofood Catering Service* Ngurah Rai *International Airport* (2016) sebagai trainee
- SMK N 33 Jakarta sebagai guru magang (2016)
- Big Bad Wolf Indonesia event sebagai *Packer and Cashier* (2017)