

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Daya terima konsumen merupakan tingkat kesukaan konsumen terhadap sesuatu. Daya terima konsumen yang dimaksud adalah sikap konsumen terhadap warna, aroma, tekstur, dan rasa pada suatu produk (Manzalina, et al., 2019). Menurut Juita (2015), daya terima suatu produk pangan dapat dilakukan dengan melakukan beberapa uji yang dimulai dari uji kesukaan atau disebut juga uji hedonik. Uji kesukaan (uji hedonik) merupakan salah satu organoleptik dengan penilaian dan pemeriksaan menggunakan panca indera manusia.

Uji organoleptik adalah penilaian yang didasarkan pada proses penginderaan dan penilaian menggunakan mutu sensoris (Ayustaningwarno, 2014). Salah satu cara pengujian organoleptik adalah dengan menggunakan metode uji kesukaan atau uji hedonik. Menurut Tarwendah (2017), uji hedonik adalah metode pengujian dalam analisa sensori organoleptik yang digunakan untuk mengukur perbedaan kualitas di antara beberapa produk sejenis. Uji hedonik dilakukan dengan memberikan penilaian atau skor terhadap sifat tertentu dari suatu produk dan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap produk tersebut. Uji organoleptik melibatkan sejumlah panelis sesuai standar jumlah orang untuk suatu pengujian.

Menurut Susiwi (2009), prinsip uji hedonik yaitu meminta panelis memberikan tanggapan pribadi mengenai kesukaan atau ketidaksukaan panelis terhadap produk yang dinilai, termasuk tingkatan kesukaan atau ketidaksukaan. Tingkat kesukaan ini disebut skala hedonik, yang mencakup sangat suka, suka, agak suka, tidak suka dan sangat tidak suka. Dalam analisis, skala hedonik dikonversi menjadi skala numerik sesuai dengan tingkat kesukaan. Uji hedonik digunakan dalam pemasaran untuk mendapatkan pendapat konsumen terhadap produk baru, hal ini diperlukan untuk menentukan apakah perbaikan lebih lanjut diperlukan sebelum produk baru tersebut dipasarkan dan untuk mengetahui produk yang paling disukai oleh konsumen.

Uji daya terima dilakukan untuk mengetahui tingkat kesukaan masyarakat pada produk *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan penambahan

glukomanan dan sari wortel berdasarkan hasil penelitian yang sudah dikembangkan oleh peneliti pertama. Uji daya terima dilakukan setelah mendapatkan hasil uji validasi produk dari sepuluh panelis terlatih meliputi 5 orang Dosen Program Studi Seni Kuliner dan Pengelolaan Jasa Makanan, Universitas Negeri Jakarta dan 5 orang validator industri dari UMKM yang meliputi aspek penilaian warna, rasa sorgum, rasa wortel, aroma sorgum, aroma langu, tekstur: kelicinan mie setelah direbus, kekenyalan mie setelah direbus, dan kelengketan pengunyahan. Berdasarkan hasil penelitian pada peneliti pertama didapatkan produk *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel memiliki karakteristik berwarna kuning-*orange*, cukup terasa sorgum, tidak terasa wortel, cukup beraroma sorgum, cukup beraroma langu, kenyal, tidak licin, tidak lengket di gigi.

Berdasarkan hasil penelitian uji validasi produk oleh peneliti pertama meliputi aspek warna yang dinilai dari warna kuning kecoklatan hingga kuning pucat, aspek penilaian rasa sorgum dan rasa wortel dari sangat terasa hingga sangat tidak terasa, aspek penilaian aroma sorgum dan aroma wortel dari sangat beraroma hingga sangat tidak beraroma, aspek penilaian tekstur kelicinan mie setelah direbus dari sangat licin hingga sangat tidak licin, aspek penilaian tekstur kekenyalan mie yang sudah direbus dari sangat kenyal hingga sangat tidak kenyal, aspek penilaian tekstur kelengketan pengunyahan dari sangat lengket hingga sangat tidak lengket. Setelah dilakukan uji validasi produk, kemudian dilanjutkan dengan uji daya terima konsumen untuk mengetahui tingkat kesukaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan oleh peneliti pertama terkait mutu sensoris *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan persentase 24,3%, 30,3% dan 36,4% serta penambahan bahan pengenyal alami glukomanan sebanyak 3% dan penambahan pewarna alami berupa sari wortel sebanyak 18,2% pada setiap perlakuan persentase substitusi, maka perlu dilakukan uji daya terima konsumen terhadap produk *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel. Daya terima dalam penelitian ini merujuk pada penilaian konsumen terhadap aspek warna, rasa sorgum, rasa wortel, aroma sorgum, aroma wortel, tekstur: kelicinan mie setelah direbus, kekenyalan mie setelah direbus, dan kelengketan mie setelah direbus pada produk *fresh noodle*

substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel. Berdasarkan latar belakang tersebut dilakukan penelitian tentang “Analisis Daya Terima Konsumen *Fresh Noodle* Substitusi Tepung Sorgum dengan Penambahan Glukomanan dan Sari Wortel”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimanakah daya terima konsumen terhadap *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis daya terima *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk Peneliti

Sebagai referensi ilmiah dan sumber informasi untuk penelitian yang lebih mendalam yaitu untuk menganalisis daya terima konsumen *fresh noodle* substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel.

2. Untuk Pendidikan

Sebagai sumber ilmu pengetahuan pemanfaatan pembuatan *fresh noodle* yang di substitusi tepung sorgum dengan penambahan glukomanan dan sari wortel. Dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dalam perkuliahan serta pengembangan penelitian maupun pendidikan selanjutnya sehingga dapat dijadikan referensi penelitian lebih lanjut di bidang yang sama.

3. Untuk Masyarakat

Menambah pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai pemanfaatan tepung sorgum sebagai bahan pangan dapat meningkatkan pengetahuan di bidang gizi dan pangan. Hal ini termasuk dalam

mengaplikasikan metode pengolahan pangan secara tepat dan bervariasi untuk meningkatkan nilai gizi dan dapat diterima oleh masyarakat.

