

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digitalisasi yang semakin berkembang, perubahan pola konsumsi masyarakat telah dipengaruhi oleh hampir semua aspek kehidupan manusia. Perubahan pola konsumsi masyarakat menggambarkan refleksi dari kompleksitas dinamika sosial, budaya, dan ekonomi yang membentuk suatu bangsa (Sihite, 2022). Selain itu, menurut (Putri N.A., 2022), faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi meliputi tingkat pendapatan, tingkat harga suatu barang, selera, tren gaya hidup, dan lingkungan sekitar. Fenomena tersebut tidak hanya menggambarkan adanya perubahan dalam keinginan dan kebutuhan konsumen, tetapi juga menunjukkan terjadinya pergeseran nilai, preferensi, serta norma yang mendasari perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk pangan. Perubahan dipengaruhi oleh perkembangan gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis, sehingga mendorong masyarakat untuk memilih produk pangan yang praktis namun tetap memiliki kualitas yang baik. Analisis pola konsumsi di Indonesia merupakan sebuah bentuk atau struktur yang dibuat oleh seseorang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan mencakup kebutuhan primer, sekunder maupun tersier yang ada dalam diri seseorang dengan adanya pertimbangan (Kinanti A.F., 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari P.R. (2023) menunjukkan bahwa saat ini masyarakat mempunyai pengetahuan yang lebih baik tentang produk makanan dan minuman yang mereka konsumsi, sehingga mereka semakin mampu melihat, membedakan dan menuntut ketersediaan produk yang bermutu serta aman. Pemilihan produk pangan tidak lagi hanya didasarkan pada aspek kepraktisan semata, khususnya kualitas sensori produk. Karakteristik sensori seperti rasa, aroma, warna, dan tekstur menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kesukaan serta keputusan konsumen dalam menerima suatu produk pangan. Selain itu, pengalaman sensori yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Oleh karena itu, preferensi konsumen terhadap atribut sensori produk menjadi salah satu aspek yang sangat

penting dalam menentukan tingkat penerimaan dan keberhasilan suatu produk pangan di masyarakat. Semakin tinggi daya tarik suatu produk, maka semakin besar pula kemungkinan produk tersebut memperoleh penilaian positif dan disukai oleh konsumen.

Daya terima konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam penilaian kualitas produk pangan. Daya terima konsumen adalah bentuk dari suka atau tidak suka oleh konsumen terhadap suatu produk (Manzalina N., 2019). Tingkat penerimaan konsumen terhadap suatu produk pangan dapat diketahui melalui pengujian organoleptik yang mencakup penilaian terhadap aspek warna, aroma, rasa, dan tekstur. Selain itu, daya terima konsumen juga dapat digunakan sebagai indikator kualitas produk pangan, sebab produk dengan karakteristik sensori yang sesuai dengan preferensi konsumen cenderung lebih mudah diterima dan disukai. Oleh karena itu, hasil uji organoleptik menjadi salah satu dasar penting dalam mengevaluasi kualitas serta potensi penerimaan suatu produk pangan di masyarakat.

Pita bread merupakan jenis *flat bread* khas Timur Tengah yang memiliki bentuk pipih dan memiliki rongga di bagian tengah setelah dipanggang. *Pita bread* telah dibuat selama ribuan tahun di seluruh Timur Tengah, lalu mulai dikenal dan diminati masyarakat karena memiliki tekstur yang khas, lembut, serta fleksibel dibandingkan dengan jenis roti lainnya, dapat dikonsumsi dengan berbagai jenis isian, seperti daging, sayuran, atau falafel, hummus dan baba ganoush, serta pilihan makanan Timur Tengah lainnya (Fayed, 2022). *Pita bread* mulai dikenal masyarakat karena praktis dikonsumsi dan juga memiliki proses pembuatan yang relatif sederhana sehingga berpotensi untuk dikembangkan menggunakan bahan pangan lokal sebagai inovasi produk *bakery* (Interflour Group Pte, Ltd, 2026). Pembuatan *pita bread* terdiri dari ragi, air, dan tepung, serta sedikit gula dan garam. Secara tradisional, roti ini dipanggang di atas permukaan batu, dan rempah-rempah dapat ditambahkan ke dalam adonan untuk menambah cita rasa. Pada dasarnya *pita bread* dibuat menggunakan tepung terigu, tetapi pada penelitian ini produk akan disubstitusi menggunakan tepung singkong. (Fayed, 2022)

Tepung singkong merupakan salah satu bahan pangan lokal yang memiliki potensi sebagai bahan substitusi tepung terigu yang digunakan dalam produk

bakery. Namun, karakteristik tepung singkong berbeda dengan tepung terigu, yaitu tepung singkong menyerap lebih banyak cairan daripada tepung terigu, serta kandungan gluten pada kedua tepung berbeda yang memberikan perbedaan struktur dan elastisitas pada adonan sehingga dapat memengaruhi sifat sensori produk, terutama pada warna, aroma, rasa, dan tekstur. Menurut Legowo dikutip oleh (Anggareta C.P., 2022) Walaupun tepung singkong tidak memiliki protein yang tinggi seperti tepung terigu akan tetapi tepung ini memiliki keunggulan gluten free, sehingga cocok dikonsumsi bagi orang yang memiliki alergi gluten.

Hasil penelitian Moses (2025) dengan judul “*Analisis Kualitas Sensori Pita Bread Substitusi Tepung Singkong*” menghasilkan *pita bread* tiga perlakuan persentase diantaranya 10%, 20%,30%. Berdasarkan hasil dari 5 orang validator ahli dosen dinyatakan layak sesuai dengan sensori yang baik meliputi aspek warna, aroma, rasa, tekstur, dan pembentukan rongga (*pocketing*). Hal ini menunjukkan bahwa substitusi tepung singkong pada *pita bread* dapat mempengaruhi kualitas sensori dan diperlukan penyebarluasan sebagai produk alternatif produk makanan sehari-hari sehingga perlu dilakukan pengujian daya terima konsumen.

Penelitian mengenai pemanfaatan tepung singkong pada produk *bakery* telah banyak dilakukan, namun kajian yang secara khusus membahas daya terima konsumen terhadap *pita bread* dengan substitusi tepung singkong, terutama berdasarkan aspek organoleptik, masih tergolong terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi penting tidak hanya sebagai bentuk inovasi dan modifikasi produk *bakery* melalui pemanfaatan bahan pangan lokal, tetapi juga sebagai upaya mendukung promosi serta pengembangan pangan lokal agar dapat menghasilkan produk yang memiliki kualitas sensori baik dan dapat diterima oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian yang berjudul “*Daya Terima Konsumen Pada Pita Bread Substitusi Tepung Singkong*” bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen berdasarkan aspek warna, aroma, rasa, dan tekstur. Diharapkan melalui penelitian ini, *pita bread* substitusi tepung singkong dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana daya terima konsumen pada *pita bread* substitusi tepung singkong?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis daya terima konsumen pada produk *pita bread* substitusi tepung singkong berdasarkan aspek warna, aroma, rasa, tekstur, dan pembentukan rongga (*pocketing*).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Program Studi

Penelitian ini dapat menjadi sebagai bahan materi pendukung pada mata kuliah Pengolahan Roti dan Pengolahan Makanan Asia serta sebagai sumber informasi untuk meneliti daya terima masyarakat dalam pengembangan selanjutnya pada bahan tepung singkong.

2. Bagi Masyarakat

Meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai pemanfaatan tepung singkong pada produk *pita bread* sebagai upaya mengurangi kandungan gluten dalam tepung, sekaligus memperkenalkan produk tersebut yang masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas.

3. Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan bagi mahasiswa mengenai pemanfaatan bahan pangan lokal sebagai inovasi produk pangan. Serta menjadi sarana pengembangan kemampuan mahasiswa dalam melakukan penelitian ilmiah, pengolahan produk *bakery*, dan analisis mutu sensori.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait pemanfaatan tepung singkong sebagai bahan substitusi pada produk *bakery*, serta meningkatkan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian ilmiah, pengolahan produk, dan analisis daya terima konsumen melalui uji organoleptik.