

Analisis Sikap Konsumen Pada Makanan Olahan Berbasis Singkong : Studi Kasus Pada Brownies Berbahan Mocaf “Cokro Tela”

Arsy Nur Fadilah^{a,1*}, Any Suryantini^{b,2}, Dwidjono Hadi Darwanto^{b,3}

^{a,b,c}Universitas Gadjah Mada, Jl. Flora Bulaksumur, Yogyakarta, Indonesia
¹arsyarsymedes@gmail.com^{*}; ²any.suryantini@ugm.ac.id; ³dwidjono.hadidarwanto@ugm.ac.id
^{*}penulis korespondensi

ABSTRACT

Currently, people's consumption tend to be imported flour-based products. On the other hand, local food is often considered an inferior food and wheat is considered a superior food. Increasing people's freedom to choose the food that they consume makes it possible to substitute flour-based food. This research purpose to find attributes that influence the selection of brownies Cokro Tela made from mocaf and find out the consumer's attitude towards brownies made from mocaf. Total respondents in this research are 80 people who had ever bought and ate Brownies Cokro Tela. The respondents were taken by purposive sampling. The methods used in this research is survey methods. The data analysis in this research is using Fishbein Model. It's model were used to identify consumer attitudes towards the attributes of brownies Cokro Tela from mocaf and raw material includes mixture of mocaf and flour, price, topping, taste and texture. The results show that the most influential attributes in the selection of Cokro Tela brownies products made from mocaf are taste (18,17) and texture (17,03). Consumer attitudes towards the overall attributes of Cokro Tela brownies are good.

Keywords : attributes of brownies, mocaf, consumer attitudes

ABSTRAK

Saat ini kecenderungan selera konsumsi masyarakat cenderung kepada produk impor berbasis terigu. Disisi lain pangan lokal seringkali dianggap sebagai makanan yang inferior dan terigu dianggap sebagai makanan superior. Peningkatan kebebasan masyarakat untuk memilih bahan pangan yang dikonsumsi memungkinkan untuk dilakukan substitusi pangan berbasis tepung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi pemilihan produk brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf dan mengetahui sikap konsumen terhadap brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf. Responden dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang diambil secara *Purposive sampling* dimana responden diambil berdasarkan kriteria tertentu yaitu responden yang sudah pernah membeli dan mencoba brownies Cokro Tela. Metode yang digunakan yaitu metode survei. Model analisis yang digunakan yaitu Model Fishbein. Model tersebut digunakan untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap atribut brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf yang meliputi atribut campuran mocaf dan terigu, harga, varian brownies, rasa dan tekstur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang paling mempengaruhi dalam pemilihan produk brownies Cokro Tela berbahan mocaf adalah atribut rasa (18,17) dan tekstur (17,03). Sikap konsumen terhadap keseluruhan atribut brownies Cokro Tela dianggap baik.

Kata kunci : atribut brownies, mocaf, sikap konsumen

1. Pendahuluan

Globalisasi akan pesatnya pengembangan ilmu pengetahuan terutama dibidang teknologi mengakibatkan perubahan pada produksi pangan. Perkembangan teknologi yang dicirikan dengan perubahan sistem otot menjadi sistem mesin, mengakibatkan produksi pangan lokal yang masih terkendala produksi secara massal dapat tergantikan oleh bahan pangan sistem industri yang dapat diproduksi secara massal. Contohnya adalah tersisihnya bahan pangan berbagai umbi-umbian yang masih belum dihasilkan massal dengan harga murah dan mutu lebih baik dari beras maupun terigu. Hal ini didukung dengan tingkat konsumsi, menurut Achmad-suryanan dalam Gardjito, *et al.*, (2013) kini pangsa pasar non beras utamanya umbi-umbian dan pangan lokal lainnya nyaris hilang, namun konsumsi terigu naik dimana konsumsi menjadi 17kg/kap/tahun. Terigu mampu menggeser konsumsi pangan non beras. Hal ini menjadi perhatian serius terhadap eksistensi pangan lokal di dalam masyarakat.

Bahan pangan dan lingkungan sosial dapat sebagai ciri kelompok masyarakat tertentu. Sebagian besar masyarakat di Indonesia menganggap belum makan jika belum makan nasi. Makanan pokok yaitu beras dianggap makanan yang tidak bisa digantikan oleh bahan pangan lainnya dimana ini menunjukkan ciri budaya pangan masyarakat Indonesia. Selain itu berdasarkan dari hasil penelitian Mauludyani, *et al.*, (2008) semakin rendah tingkat pendapatan maka cenderung mempertahankan budaya lokal berbasis umbi-umbian. Semakin tinggi pendapatan cenderung mengadopsi budaya pangan baru berbasis padi-padian, Hal ini dapat disebabkan oleh anggapan bahwa pangan-pangan tersebut merupakan pangan inferior. Hal ini menunjukan bahwa pemudaran budaya pangan lokal seiring dengan meningkatnya kesejahteraan ekonomi rumah tangga.

Dalam perspektif pembangunan, menurut Simatupang (2016) perubahan budaya pangan dapat terjadi melalui sistem pasar terbuka. Keterbukaan pasar barang dan investasi membuat suatu negara terbuka terhadap bahan pangan dan budaya pangan asing. Hal ini menyebabkan perubahan pengadaan pangan yang sebelumnya berasal dari hasil produksi lokal beralih ke pengadaan asal dunia, termasuk impor. Terigu produksi murni luar negeri, yang sebelumnya tidak tersedia, kini menjadi tersedia sepanjang tahun bahkan menjadi produk dengan tingkat konsumsi dominan di Indonesia. Berdasarkan data APTINDO (2016) jumlah industri tepung di Indonesia dari tahun 2009-2013 terdapat 23 industri terigu nasional, kemudian pada tahun 2014-2015 meningkat menjadi 29 industri terigu.

Kesejahteraan rakyat yang tercermin antara lain pada kemampuan untuk mengakses bahan pangan sesuai dengan selera (Simatupang, 2016). Saat ini kecenderungan selera konsumsi masyarakat cenderung kepada produk impor berbasis terigu. Disisi lain pangan lokal seringkali dianggap sebagai makanan yang inferior dan terigu dianggap sebagai makanan superior. Peningkatan kebebasan masyarakat untuk memilih bahan pangan yang dikonsumsinya memungkinkan untuk dilakukan substitusi pangan berbasis tepung. Beberapa studi sudah dilakukan untuk mengembangkan produk dengan substitusi tepung non terigu.

Konsumen adalah manusia yang salah satu aspek yang ada dalam dirinya adalah jiwa. Manusia mempunyai jiwa dan perasaan yang begitu kompleks (Kristianto, 2011). Salah satu yang dapat menjelaskan jiwa dan perasaan manusia adalah dengan mengetahui sikap. Masing-masing individu mempunyai sikap yang berbeda-beda, sehingga dengan adanya

sikap dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat menentukan alasan mengapa seseorang dapat membeli produk atau jasa (Pratana, 2014). Oleh karenanya diperlukan sebuah penelitian mengenai sikap konsumen produk olahan pangan lokal berbasis tepung. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui sikap konsumen dan atribut-atribut yang mempengaruhi pemilihan produk brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Responden dalam penelitian adalah berdasarkan kriteria tertentu yaitu responden yang sudah pernah membeli dan mencoba berbahan mocaf dan bersedia secara sukarela menjadi responden. Penelitian ini dilakukan kepada 80 orang konsumen yang sudah pernah membeli dan mencoba brownies berbahan mocaf. Brownies yang digunakan sebagai objek pada penelitian ini adalah brownies hasil produk Cokro Tela. Penelitian ini dilakukan di toko Cokro Tela yaitu di Jl. Hosokroaminoto No 97.

Analisis sikap konsumen terhadap brownies Cokro Tela diukur dengan menggunakan model multi atribut Fishbein yang secara sistematis dituliskan :

$$nAo = \sum_{i=1} (bi) (ei)$$

- Ao = Sikap terhadap atribut brownies
- bi = Kepercayaan konsumen terhadap baik buruknya atribut pada brownies
- ei = Kepentingan konsumen terhadap atribut brownies
- n = Jumlah atribut yang dimiliki brownies

Atribut brownies dalam penelitian ini meliputi berbahan campuran mocaf dan terigu, harga, varian rasa/toping, rasa dan tekstur. Kategori sikap konsumen diukur berdasarkan skala likert 1-5 yaitu dibedakan menjadi 5 kriteria, dimana skor 1 kategori “Sangat buruk”, skor 2 kategori “Buruk”, skor 3 kategori “Biasa”, skor 4 kategori “Baik” dan skor 5 kategori “Sangat baik” dengan berdasarkan skor keseluruhan atribut produk.

3. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin usia mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 60 orang (75%). Konsumen perempuan yang lebih cenderung membeli brownies untuk kepentingan orang lain ketimbang untuk dikonsumsi pribadi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang mengatakan penentu menu makanan pada suatu rumah tangga, yang sebagian besar ditentukan oleh istri atau perempuan dalam rumah tangga (Pangan, *et al.*, 2014). Berdasarkan usia, responden berusia 15-32 tahun yaitu sebanyak 53 orang (66,30%). Berdasarkan tingkat pendidikan mayoritas responden memiliki pendidikan Perguruan Tinggi yaitu sebanyak 51 orang (63,80%), berdasarkan tingkat pekerjaan mayoritas memiliki pekerjaan Swasta yaitu 37 orang (46,30%) dan berdasarkan tingkat pendapatan mayoritas memiliki tingkat pendapatan <Rp 2.000,000 yaitu 43 orang (53,80%).

3.1. Gambaran Kepercayaan Konsumen (bi)

Kepercayaan konsumen dilakukan untuk melihat kekuatan kepercayaan konsumen bahwa produk brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf memiliki atribut tertentu (bi).

Semakin kepercayaan konsumen tinggi pada atribut maka atribut tersebut semakin menjadi pertimbangan utama konsumen memilih produk brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf (Tabel 3.1).

Tabel 3.1 Tingkat Kepercayaan (bi)

Atribut	Skor 1 (%)	Skor 2 (%)	Skor 3 (%)	Skor 4 (%)	Skor 5 (%)	Rerata Skor	Kategori
Berbahan Mocaf dan Terigu	1,3	2,5	25,0	56,3	15,0	3,81	Baik
Harga	0	0	62,5	35,0	2,5	3,40	Biasa
Varian Brownies	0	0	28,0	60,0	11,3	3,82	Baik
Rasa	0	1,3	8,8	71,3	18,8	4,07	Baik
Tekstur	0	2,5	11,3	78,8	7,5	3,91	Baik

Sumber : Data Primer SPSS 11.5

Konsumen mempercayai bahwa brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf memiliki rasa yang baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai atribut yang paling tinggi terdapat dalam atribut rasa yaitu sebesar 4,07. Hasil tersebut menunjukkan bahwa atribut rasa adalah atribut yang paling mempengaruhi konsumen memilih produk brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf. Sesuai dengan penelitian sebelumnya, dimana dikatakan rasa menjadi faktor penting konsumen membeli produk (Xie et al, 2015).

Selain rasa atribut yang dinilai mempengaruhi konsumen dalam membeli adalah atribut tekstur sebesar 3,91. Sebagian besar responden mengatakan bahwa brownies Cokro Tela memiliki tekstur yang lembut. Brownies Cokro Tela dianggap sebagai brownies yang tidak membuat cepat bosan karena tekstur yang lembut dan mengembang sehingga tidak mudah cepat kenyang karena tekstur tidak padat. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu mocaf tidak mengandung gluten sehingga semakin banyak penggunaan mocaf maka bagian dalam kue akan semakin berongga atau berpori sehingga mengakibatkan banyak ruang udara yang dapat mempengaruhi tekstur kue menjadi lebih tidak padat (Damayanti, et al., 2014). Hal ini menjelaskan bahwa penggunaan mocaf dapat mempengaruhi tekstur brownies memiliki tekstur yang tidak padat.

Konsumsi pangan dari kelompok padi-padian yang dianjurkan sebesar 275 gram/kapita/hari, namun masyarakat mengkonsumsi pangan ini berlebihan, sampai mencapai lebih dari 300 gram. Kelompok padi-padian konsumsinya sudah melebihi anjuran PPH, sedangkan untuk kelompok pangan lainnya masih jauh dari cukup. Perubahan pola pangan pokok ke arah beras, maka konsumsi umbi-umbian mengalami penurunan. Tingkat konsumsi ubikayu, ubijalar dan umbi lainnya menurun secara signifikan (Ariani, 2010).

Oleh karenanya dengan adanya kepercayaan konsumen terhadap olahan pangan berbahan baku singkong yang dianggap memiliki rasa dan tekstur yang baik, menjadikan peluang bagi umbi-umbian untuk dapat menjadi pertimbangan dalam pola konsumsi masyarakat. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Rahmawati, dkk (2018) yang menunjukkan bahwa singkong merupakan pangan local dengan jumlah konsumsi rumah tangga yang banyak.

3.2. Gambaran Evaluasi Konsumen (ei)

Evaluasi kepentingan dilakukan untuk mengetahui atribut mana yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih brownies (ei). Konsumen akan mengidentifikasi atribut-atribut atau karakteristik yang akan menggambarkan tingkat kepentingan bagi dirinya untuk memilih produk brownies (Tabel 3.2).

Tabel 3.2 Tingkat Kepentingan (ei)

Atribut	Skor1 (%)	Skor2 (%)	Skor3 (%)	Skor4 (%)	Skor 5 (%)	Rerata skor	Kategori
Berbahan Mocaf dan Terigu	0	7,5	23,8	56,3	12,5	3,73	Penting
Harga	0	1,3	8,8	63,8	26,3	4,15	Penting
Varian Brownies	0	5,0	15,0	45,0	35,0	4,10	Penting
Rasa	0	0	7,5	40,0	52,5	4,45	Sangat Penting
Tekstur	0	0	8,8	50,0	41,3	4,32	Sangat Penting

Sumber : Data Primer SPSS 11.5

Skor nilai yang paling tinggi adalah atribut rasa sebesar 4,45 dan tekstur sebesar 4,32. Hal ini menjelaskan bahwa rasa dan tekstur merupakan atribut yang dinilai sangat penting bagi konsumen dalam pemilihan produk brownies. Hal ini dapat dikarenakan objek penelitian adalah produk makanan basah dan jenis makanan yaitu brownies sehingga rasa dan tekstur menjadi poin utama bagi konsumen dalam membeli produk.

Atribut lain yang dinilai penting dalam mempengaruhi pembelian brownies adalah harga sebesar 4,15. Harga yang sesuai dengan ukuran menjadi sangat penting bagi konsumen, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu dikatakan atribut rasa, ukuran dan bentuk merupakan atribut yang dianggap penting dimana ketiga atribut tersebut menjadi ukuran kualitas produk (Permadi, 2015). Persepsi tentang harga sangat penting pada niat konsumen untuk membeli (Xie et al., 2015).

3.3. Analisis Sikap Konsumen (Ao)

Sikap konsumen terhadap suatu produk ditentukan dua faktor. Faktor pertama, kepercayaan seseorang terhadap atribut yang dimiliki produk atau merek. Faktor kedua, adalah evaluasi (Kristianto, 2011). Hal ini dapat dilakukan dengan adanya pengalaman dan informasi maka akan timbul sikap yang mencerminkan antara suka atau tidak suka terhadap brownies.

Skor keseluruhan sikap konsumen adalah sebesar 109,80 yang termasuk pada kategori sangat baik (Tabel 3.3). Artinya sikap konsumen terhadap keseluruhan atribut brownies Cokro Tela dinilai sangat baik. Sikap konsumen dinilai cenderung menyukai brownies. Hal ini dapat disebabkan karena terdapat atribut yang dirasa sesuai dengan selera konsumen yaitu atribut rasa dan tekstur. Hal ini dapat dilihat dari skor per atribut yang paling tinggi yaitu terdapat pada atribut rasa (18,17) dan tekstur (17,03). Hasil ini sama seperti hasil kepercayaan dan kepentingan atribut dimana atribut rasa dan tekstur dianggap dipercaya

dan menjadi atribut penting dalam pemilihan brownies. Konsumen mempercayai bahwa produk brownies berbahan baku mocaf memiliki rasa dan tekstur yang baik, sehingga memberi kecenderungan pada sikap yang baik.

Tabel 3.3 Hasil Analisis Sikap (Ao)

Atribut	Nilai Minimum	Nilai Maximum	Skor	Kategori
Berbahan Mocaf dan Terigu	4,00	25,00	14,51	Biasa
Harga	8,00	25,00	14,08	Biasa
Varian Brownies	6,00	25,00	15,85	Baik
Rasa	8,00	25,00	18,17	Baik
Tekstur	6,00	25,00	17,03	Baik
Total Keseluruhan Atribut	78,00	124,00	109,80	Sangat Baik

Sumber : Data Primer SPSS 11.5

Hal ini menunjukkan bahwa brownies merupakan jenis makanan olahan yang dapat menjadi pilihan dalam diversifikasi produk sebagai nilai tambah pada singkong. Keunggulan diversifikasi singkong menjadi brownies adalah pada atribut rasa dan tekstur. Atribut rasa dan tekstur dinilai penting dan dipercaya mempengaruhi konsumen memilih brownies yang berbahan baku dari mocaf sehingga menghasilkan sikap konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap yang sangat baik terhadap produk olahan pangan lokal yaitu brownies berbahan mocaf. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih pangan lokal sebagai salah satu pilihan dalam keanekaragaman konsumsi pangan harian. Sikap konsumen ini juga didukung dengan adanya tingkat kesukaan pada beberapa olahan mocaf lainnya seperti bakwan, cake, pangsit, dan dodol. Olahan mocaf berupa cake memiliki tingkat kesukaan paling tinggi dibandingkan produk lainnya (Wiranti dkk, 2013)

4. Kesimpulan

Hasil analisis model multi atribut Fishbein diketahui bahwa atribut yang paling mempengaruhi pemilihan produk brownies berbahan baku mocaf adalah atribut rasa dan tekstur. Hasil analisis diketahui bahwa sikap konsumen terhadap brownies Cokro Tela berbahan baku mocaf memiliki sikap yang sangat baik artinya konsumen menyukai brownies berbahan baku mocaf dengan pertimbangan atribut rasa yang enak dan tekstur yang dianggap lembut. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih pangan lokal sebagai salah satu pilihan dalam keanekaragaman konsumsi pangan harian dan dapat mengalihkan pola pangan terhadap pangan impor.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan Terimakasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berperan dalam membantu penelitian ini hingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Pustaka

- APTINDO, I. (Indonesia R. and S. A. (2016). Industri Tepung Terigu Nasional.
- Ariani, M. (2010). Analisis Konsumsi Pangan Tingkat Masyarakat Mendukung Pencapaian Diversifikasi Pangan, *33*(1), 20–28.
- Damayanti, D. A., Wahyuni, W., & Wena, M. (2014). Kajian kadar serat, kalsium, protein, dan sifat organoleptik chiffon cake berbahan mocaf sebagai alternatif pengganti terigu. *Teknologi Dan Kejuruan*, *37*(1), 73–82.
- Gardjito, M., Djuwardi, A., & Harmayani, E. (2013). *Pangan Nusantara: Karakteristik dan prospek untuk percepatan diversifikasi pangan*. Kencana.
- Kristianto, P. L. (2011). Integrasi Ilmu Psikologi dalam Kegiatan Pemasaran.
- Kristianto, P. L. (2011). Psikologi pemasaran. *Yogyakarta: CAPS*.
- Mauludyani, Anna Vipta Resti; Matianto, Drajat; Baliwati, Y. F. (2008). Pola Konsumsi Dan Permintaan Pangan Pokok Berdasarkan Analisis Data Susenas 2005. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, *3*(2), 101–117.
- Pangan, K., Densitas, S., & Pada, G. (2014). Studi aspek sosial ekonomi dan budaya, konsumsi pangan, serta densitas gizi pada masyarakat kasepuhan ciptagelar jawa barat linda dwi jayanti.
- Permadi, R. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, *4*(2), 8–15.
- Pratana, J. A. J. (2014). Analisis pengaruh sikap, subjective norm dan perceived behavioral control terhadap purchase intention pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *2*(1).
- Rahmawati, A. N., Wuryaningsih Dwi Sayekti, Rabiatul Adawiyah. (2018). Pengambilan Keputusan Dalam Pemilihan Pangan Lokal Olahan dan Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga Di Kota Metro. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, *2*(2), 187-195.
- Simatupang, P. (2016). Restorasi budaya pangan nusantara sebagai penopang kedaulatan pangan nasional pendahuluan. In *Pangan Lokal Budaya, Potensi dan Prospek Pengembangan*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan.
- Wiranti, Endang Wisnu dan Yeyen Prestyaning Wanita. (2013). Preferensi Konsumen Terhadap Beberapa Olahan Mocaf dan Tingkat Kelayakan Usahanya. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi 2013*, 555-559.
- Xie, B., Wang, L., Yang, H., Wang, Y., & Zhang, M. (2015). Consumer perceptions and attitudes of organic food products in eastern China. *British Food Journal*, *117*(3), 1105–1121. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2013-0255>