

**ARSY NUR FADILAH, WIDODO, ARIS
SLAMET WIDODO**

Program Studi Agribisnis, Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta
Email: arsyarsymedes@yahoo.co.id

Sikap Konsumen Terhadap Produk Donat Berbahan Mocaf Sebagai Pengganti Tepung Terigu

DOI:10.18196/agr.1218

ABSTRACT

The aims of this research were to identify consumer attitude toward all kinds of donut attribute which made from wheat flour and mocaf; and to compare consumer attitude toward all types of substitution phase of donut. The respondents of this research were 45 respondents which accidentally taken from the buyers. The method of this research was experimental with the object were donut with 30% and 50% mocaf substitution ingredients and without mocaf substitution as a control. The data was gained in March 2015. Fishbein model was used to identify consumer's attitude toward donut attribute which consist of taste, tekstur, shape, size, colour, and price; whereas Friedman test was used to compare consumers attitude toward

donut with all types of substitution. The result of this research were showed that taste attribute and tekstur attribute was more considered in choosing donut product; and there was no significant difference in consumer attitude toward donut with mocaf substitution.

Keyword: mocaf, donut attribute, comparison consumer attitude.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap berbagai atribut donat berbahan tepung terigu dan mocaf; dan untuk membandingkan sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai tingkatan substitusi. Responden pada penelitian ini berjumlah 45 orang yang diambil secara aksidental yaitu pada konsumen yang membeli donat. Metode yang digunakan yaitu metode eksperimental dengan objek penelitian berupa donat berbahan substitusi mocaf sebanyak 30 % dan 50% serta tanpa substitusi mocaf sebagai kontrol. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret 2015. Model Fishbein digunakan untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap berbagai atribut donat meliputi atribut rasa, tekstur, bentuk, ukuran, warna, dan harga; sedangkan uji Friedman digunakan untuk membandingkan sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai tingkatan substitusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut rasa dan atribut tekstur dianggap lebih menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam pemilihan produk donat; dan tidak ada perbedaan yang signifikan dalam sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai substitusi mocaf.

Kata kunci: mocaf, atribut donat, perbandingan sikap konsumen.

PENDAHULUAN

Tepung terigu menjadi komoditas yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Tepung terigu banyak digunakan sebagai bahan dasar berbagai macam produk olahan seperti mie, roti, kue, bakso, dan berbagai aneka produk makanan kecil. Tingkat konsumsi Indonesia terhadap produk

tepung terigu sangat tinggi. Konsumsi tepung terigu Nasional naik 5,61% dari 1,15 juta ton pada tahun 2011 menjadi 1,22 juta ton pada tahun 2012 (Aptindo, 2012). Kenaikan konsumsi terigu terpacu oleh pertumbuhan industri produk hilir berbasis terigu seperti produsen biskuit, mie instan dan *crumbed bread* di Indonesia. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat selera masyarakat yang tinggi terhadap makanan olahan berbahan terigu.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk terbesar yang berada pada peringkat ke-4 di Dunia dengan jumlah penduduk mencapai 253,60 juta jiwa dan wilayah yang sangat luas, ketahanan pangan merupakan agenda penting di dalam pembangunan ekonomi. Salah satu upaya untuk membangun ketahanan pangan adalah dengan mengembangkan bahan-bahan substitusi yang mampu mengurangi komoditi impor. Salah satu produk substitusi impor terigu adalah mocaf (*modified casava flour*). Mocaf merupakan modifikasi tepung singkong biasa dengan melakukan fermentasi antara lain menggunakan bakteri asam laktat, asam asetat atau enzim. Perlakuan fermentasi tersebut dihasilkan tepung singkong yang memiliki tekstur lembut, putih dan tidak berbau khas singkong. Selain itu mocaf juga memiliki daya gelasi, viskositas yang lebih baik dari pada tepung singkong biasa, sehingga memiliki karakteristik yang mirip dengan terigu.

TABEL I. PRODUKSI SINGKONG DI INDONESIA

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktifitas (Ton/Ha)
2008	1.204.933	21.756.991	18,057
2009	1.175.666	22.039.145	18,746
2010	1.183.047	23.918.118	20,217
2011	1.184.696	24.044.025	20,296
2012	1.129.688	24.177.372	21,402
2013	1.061.254	23.824.008	22,449

Sumber: BPS online 2014

Ketersediaan singkong yang melimpah di Indonesia ini dapat menjadi alternatif untuk mewujudkan ketahanan pangan. Singkong merupakan tanaman yang sangat mudah dibudidayakan secara massal. Tanaman singkong mempunyai adaptasi yang luas. Tanaman ini dapat tumbuh dengan baik pada dataran rendah sampai tinggi, yaitu dari 0 sampai 2500 m di atas permukaan laut, maupun di daerah kering dengan curah hujan sekitar 500 mm/tahun, asalkan air tidak sampai

tergenang diperakarannya (Soenarjo,1979). Tanaman ini cocok dengan kultur tanah Indonesia yaitu cocok ditanam pada jenis tanah latosol dan aluvial yang banyak tersebar di wilayah Indonesia seperti Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Jawa Barat, Jawa Timur, Bali, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Sumatera bagian timur, pantai utara Jawa dan masih banyak daerah yang lainnya. Menurut data BPS produksi singkong di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat (Tabel 1).

Kehidupan masyarakat Indonesia yang menjadi semakin modern menyebabkan masyarakat mulai tertarik pada produk pangan yang praktis dalam penyajiannya. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini menyebabkan kebutuhan terhadap bahan pangan berbasis tepung-tepungan meningkat pesat, salah satunya yang paling besar konsumsinya adalah tepung terigu. Ketergantungan Indonesia pada tepung terigu dapat dikurangi dengan mocaf. Mocaf dapat menjadi substitusi atau komplementer dari bahan pangan terigu. Mocaf dihasilkan dari singkong ini memiliki karakteristik mirip tepung terigu. Mocaf juga memiliki daya gelasi, viskositas yang lebih baik dari pada tepung singkong biasa, sehingga memiliki karakteristik yang mirip dengan terigu. Sebagai produk substitusi, tidaklah sulit bagi mocaf untuk mengganti tepung terigu (Utomo,dkk. 2013), termasuk salah satunya donat.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta, mocaf sudah diproduksi di beberapa tempat, diantaranya di Kabupaten Kulon Progo dan Gunung Kidul. Akan tetapi pemasaran mocaf masih menemui banyak kendala karena pelaku industri kecil makanan olahan berbahan baku terigu belum menggunakan mocaf sebagai substitusi terigu. Pelaku industri belum mempunyai informasi tentang respon konsumen terhadap makanan olahan yang disubstitusi dengan mocaf oleh karena itu, diperlukan penelitian tentang sikap konsumen terhadap makanan olahan yang bahan bakunya disubstitusi dengan mocaf.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi sikap konsumen terhadap berbagai atribut donat berbahan tepung terigu dan mocaf serta membandingkan sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai tingkatan substitusi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimental yaitu observasi dibawah kondisi

buatan yang dibuat dan diatur oleh peneliti. Relawan dalam penelitian ini adalah konsumen donat yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan bersedia dijadikan relawan. Penelitian ini dilakukan kepada 45 orang konsumen yang membeli donat di berbagai kantin di lingkungan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan donat yang bahan bakunya disubstitusi dengan tepung mocaf. Donat yang akan diujikan kepada responden dibuat dalam 3 tingkat substitusi yang berbeda yaitu: (i) donat dengan substitusi 30% tepung mocaf, (ii) donat dengan substitusi 50% tepung mocaf, dan (iii) donat dengan 100% tepung terigu. Donat yang digunakan sebagai obyek sikap pada penelitian eksperimen ini adalah donat yang dipersiapkan oleh peneliti.

Penelitian ini dilakukan di 3 kantin yang ada di kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yaitu di kantin yang terletak di bagian utara kampus UMY, kantin yang terletak bagian selatan kampus UMY dan kantin yang terletak di bagian tengah kampus UMY..

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

$$A_o = \sum (b_i) (e_i)$$

Keterangan :

- b_i : kepercayaan konsumen terhadap baik buruknya suatu karakteristik donat
 e_i : evaluasi konsumen tentang kepentingan atribut donat

Analisis perbedaan sikap dalam penelitian ini menggunakan uji Friedman. Uji ini digambarkan dengan rumus

$$X^2_r = \frac{12}{nk(k+1)} \sum_{j=1}^k (R_j)^2 - 3n(k+1)$$

Keterangan :

- n : jumlah responden
 R_j : jumlah keseluruhan jenjang
 k : jumlah ordinal

Atribut donat dalam penelitian ini meliputi rasa, tekstur, bentuk, ukuran, warna, dan harga. Kategori sikap konsumen dibedakan menjadi 5 kriteria yaitu Sangat buruk, buruk, cukup baik, baik dan sangat baik dengan berdasarkan skor keseluruhan atribut produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN KARAKTERISTIK DONAT

Karakteristik donat yang diamati meliputi rasa, tekstur, bentuk, warna, ukuran dan harga. Pada karakteristik rasa menurut pandangan peneliti tidak ada perbedaan antara rasa donat mocaf dengan donat berbahan 100% tepung terigu sedangkan untuk karakteristik tekstur, bentuk, warna dan harga terdapat perbedaan. Tekstur donat mocaf lebih lembut dibanding dengan terigu. Donat mocaf memiliki tekstur yang lebih berminyak dibanding dengan donat berbahan 100% tepung terigu. Pada karakteristik bentuk, donat mocaf memiliki bentuk yang tidak rata dibandingkan dengan donat berbahan 100% terigu dan pada ketiga produk donat yang diteliti memunculkan warna donat yang berbeda yaitu warna kuning kecoklatan dimiliki oleh donat substitusi 30% tepung mocaf, sedangkan warna kecoklatan dimiliki oleh donat substitusi 50% tepung mocaf sementara warna kuning dan sedikit kecoklatan dimiliki oleh donat berbahan 100% tepung terigu.

Perbedaan bahan baku tepung dapat mempengaruhi karakteristik ukuran produk donat seperti donat yang disubstitusikan dengan mocaf yaitu ukuran donat menjadi lebih kecil dibanding dengan donat yang berbahan 100% tepung terigu. Pada karakteristik harga jumlah hasil produksi donat sangat mempengaruhi dalam penentuan harga. Pembuatan donat dalam penelitian ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan yang sama namun menghasilkan jumlah hasil produksi yang berbeda-beda sehingga pada keuntungan masing-masing donat menghasilkan keuntungan yang berbeda-beda pula dengan berdasarkan harga pokok produksi. Keuntungan untuk donat bersubstitusi 30% tepung mocaf sebesar Rp 472, sedangkan donat bersubstitusi 50% tepung mocaf sebesar Rp 304 sementara donat berbahan 100% tepung terigu Rp 307, dengan harga pokok masing-masing donat yaitu donat bersubstitusi 30% tepung mocaf mencapai harga sebesar Rp 1.028 sedangkan donat bersubstitusi tepung mocaf 50% mencapai harga sebesar Rp 1.196 sementara donat berbahan 100% tepung terigu memiliki harga sebesar Rp 1.193. Hal ini menunjukkan bahwa harga donat yang disubstitusi 30% mocaf mendapatkan harga produksi yang lebih murah dibandingkan dengan donat bersubstitusi 50% tepung mocaf dan donat berbahan 100% tepung terigu sehingga keuntungan yang lebih besar terdapat pada donat dengan substitusi 30% tepung mocaf.

DESKRIPSI RESPONDEN

Deskripsi karakteristik responden dapat memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Deskripsi identitas responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu : jenis kelamin, usia responden, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan.

TABEL 2. PROFIL RESPONDEN

Uraian		Jumlah	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	19	42,2
	Perempuan	26	57,8
Umur	16th-21th	29	64,4
	22th-27th	9	20
	28th-33th	3	6,7
	34th-39th	1	2,2
	40th-45th	1	2,2
	46-50th	2	4,4
Pendidikan	SMA/SMK	2	4,4
	Sedang menempuh PT	34	75,6
	Lulus PT	9	20
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	34	75,6
	PNS	1	2,2
	Pegawai swasta	8	17,8
	Wiraswasta	2	4,4
Pendapatan	0-Rp 999.999	20	44,4
	Rp 1.000.000-Rp 1.499.999	12	26,7
	Rp 1.500.000-Rp 1.999.999	6	13,3
	Rp 2.000.000-Rp 2.500.000	3	6,7
	>Rp 2.500.000	4	8,9

Karakteristik konsumen ditemukan bahwa sebagian besar merupakan mahasiswa yang sedang menempuh perguruan tinggi dan mayoritas berumur 16th-20th. Tabel 7 menunjukkan bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan 57,8 % dan mayoritas responden berpendapatan lebih rendah Rp 1.500.000.

SIKAP KONSUMEN TERHADAP DONAT BERBAHAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF

Sikap konsumen terhadap donat berbahan substitusi tepung mocaf dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan model Fishbein yang menggabungkan antara kepercayaan dan evaluasi terhadap atribut-atribut

pada donat. Atribut-atribut tersebut meliputi rasa, tekstur, bentuk, ukuran, warna, dan harga.

KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP DONAT BERBAHAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF

Kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu (bi). Konsumen akan mengungkapkan kepercayaan terhadap berbagai atribut yang dimiliki donat. Semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki donat maka semakin menjadi pertimbangan utama konsumen memilih donat tersebut.

Secara keseluruhan rata-rata skor kepercayaan atribut pada donat yang diteliti menunjukkan kategori yang cukup baik. Total skor rata-rata keseluruhan kepercayaan atribut donat mencapai 20,25 dari kisaran skor 6-30 yang dikategorikan cukup baik.

Kepercayaan konsumen terhadap keseluruhan atribut donat berbahan 100% tepung terigu lebih baik dibandingkan dengan donat yang berbahan substitusi tepung mocaf. Skor donat berbahan 100% tepung terigu adalah 20,75 yang lebih tinggi dibandingkan dengan skor donat berbahan substitusi 30% tepung mocaf yaitu 20,24 dan skor donat bersubstitusi 50% tepung mocaf yaitu 19,77.

Kepercayaan konsumen terhadap atribut bentuk, ukuran dan harga pada donat bersubstitusi 30% tepung mocaf dianggap lebih buruk dibandingkan dengan donat berbahan 100% tepung terigu, sedangkan pada atribut rasa, tekstur dan warna pada donat bersubstitusi 30% tepung mocaf lebih baik dibandingkan dengan donat bersubstitusi 50% tepung mocaf.

Kepercayaan konsumen terhadap atribut rasa, tekstur, warna dan bentuk pada donat bersubstitusi 50% tepung mocaf lebih buruk dibandingkan dengan donat bersubstitusi 30% tepung mocaf dan donat berbahan 100% tepung terigu, sedangkan atribut ukuran dan harga pada donat bersubstitusi 50% tepung mocaf lebih baik dibandingkan dengan donat bersubstitusi 30% tepung mocaf.

Kepercayaan konsumen terhadap atribut rasa, bentuk, ukuran dan harga donat berbahan 100% tepung terigu lebih baik dibandingkan dengan donat yang bersubstitusi 30% dan 50% tepung mocaf. Semua atribut pada donat berbahan 100% tepung terigu memiliki skor lebih tinggi dari skor rata-rata, namun jika dilihat dari skor atribut tekstur dan warna pada donat berbahan 100% tepung

TABEL 2 TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP ATRIBUT DONAT (B)

Atribut	Donat Bersubstitusi 30% Tepung Mocaf		Donat Bersubstitusi 50% Tepung Mocaf		Donat Berbahen 100% Tepung Terigu		Rata-rata	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
Rasa	3,68	Baik	3,44	Baik	3,75	Baik	3,62	Baik
Tekstur	3,62	Baik	3,48	Baik	3,57	Baik	3,56	Baik
Bentuk	3,26	Cukup baik	3,24	Cukup Baik	3,53	Baik	3,34	Cukup Baik
Warna	3,48	Baik	3,24	Cukup Baik	3,44	Baik	3,39	Cukup Baik
Ukuran	2,88	Cukup Baik	3	Cukup Baik	3,08	Cukup Baik	2,99	Cukup Baik
Harga	3,28	Cukup Baik	3,35	Cukup Baik	3,35	Cukup Baik	3,33	Cukup Baik
Total Skor Atribut	20,24	Cukup Baik	19,77	Cukup Baik	20,75	Baik	20,25	Cukup Baik

terigu lebih buruk dibanding dengan skor pada donat yang disubsitisi 30% tepung mocaf. Berdasarkan hal tersebut dapat menunjukkan bahwa atribut tekstur dan warna dapat menjadi atribut unggulan yang perlu dipertahankan sebagai ciri khas donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf.

TABEL 3 TINGKAT KEPENTINGAN (E) ATRIBUT DONAT

Atribut	Skor rata-rata	Kategori
Rasa	4,60	Sangat penting
Tekstur	4,46	Sangat penting
Bentuk	4,37	Sangat penting
Warna	4,13	Penting
Ukuran	3,62	Penting
Harga	4,48	Sangat penting
Total keseluruhan atribut	25,68	Sangat penting

EVALUASI KONSUMEN TERHADAP DONAT BERBAHAN DISUBSTITUSI TEPUNG MOCAF

Evaluasi atribut donat menggambarkan pentingnya suatu atribut donat bagi konsumen (e). Konsumen akan

mengidentifikasi atribut-atribut yang dimiliki oleh donat yang akan dievaluasi.

Konsumen menganggap sangat penting semua atribut yang diteliti yaitu meliputi atribut rasa, tekstur, bentuk, ukuran dan harga. Rata-rata skor evaluasi keseluruhan atribut donat mencapai 25,68 dari kisaran 6-30 yang termasuk dalam kategori sangat penting.

Tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut warna dan ukuran adalah rendah. Atribut warna dan ukuran tidak menjadi suatu kepentingan dalam memilih produk donat. Rata-rata skor per atribut menunjukkan bahwa dari keenam atribut produk donat yang dievaluasi konsumen atribut warna (4,13) dan ukuran (3,62) memiliki nilai terkecil dibanding dengan atribut lainnya.

Konsumen akan mempertimbangkan atribut internal dan eksternal sebagai faktor utama dalam memilih produk donat. Atribut internal yang dianggap penting oleh konsumen yaitu atribut rasa dan atribut eksternal yang dianggap penting yaitu atribut harga. Rata-rata skor per atribut menunjukkan bahwa atribut yang memiliki nilai tertinggi adalah atribut rasa (4,60) dan atribut harga (4,48) adalah skor tertinggi kedua setelah atribut rasa.

SIKAP KONSUMEN TERHADAP DONAT YANG BERBAHAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF

TABEL 4. HASIL ANALISIS SIKAP MULTI ATRIBUT FISHBEIN UNTUK DONAT

Atribut	Donat Bersubstitusi 30% Tepung Mocaf		Donat Bersubstitusi 50% Tepung Mocaf		Donat Berbahan 100%Tepung Terigu		Rata-rata	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
Rasa	17,02	Baik	15,8	Cukup Baik	17,15	Baik	16,65	Baik
Tekstur	16,11	Baik	15,6	Cukup Baik	15,97	Baik	15,89	Baik
Bentuk	14,28	Cukup Baik	14,28	Cukup Baik	15,46	Baik	14,68	Cukup Baik
Warna	14,42	Cukup Baik	13,4	Cukup Baik	14,22	Cukup Baik	14,01	Cukup Baik
Ukuran	10,48	Cukup Baik	10,86	Cukup Baik	11,17	Cukup Baik	10,84	Cukup Baik
Harga	14,57	Cukup Baik	14,88	Cukup Baik	14,88	Cukup Baik	14,78	Cukup Baik
Total	86,91	Cukup Baik	84,84	Cukup Baik	88,88	Cukup Baik	86,88	Cukup Baik

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih sebuah produk. Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain dan berbagai bentuk pemasaran langsung. Sikap mungkin dihasilkan dari perilaku tetapi sikap tidak sama dengan perilaku. Sikap dapat mendorong konsumen kearah perilaku tertentu atau menarik konsumen dari perilaku tertentu.

Sikap konsumen cukup baik terhadap donat. Rata-rata skor sikap konsumen keseluruhan atribut donat mencapai (86,88) dari kisaran 6-150 yang termasuk dalam kategori cukup baik.

Sikap konsumen donat berbahan 100% tepung terigu lebih baik dibandingkan dengan donat yang disubstitusi tepung mocaf. Pada sikap konsumen terhadap atribut bentuk, ukuran dan harga pada donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf lebih rendah dibandingkan dengan donat yang disubstitusi 50% tepung mocaf dan donat 100% tepung terigu, namun pada atribut rasa, tekstur dan warna pada donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf lebih baik dibandingkan dengan donat yang disubstitusi 50% tepung mocaf dan donat berbahan 100% tepung terigu.

Sikap konsumen terhadap atribut rasa, tekstur, bentuk pada donat yang disubstitusi 50% tepung mocaf lebih rendah dibanding dengan donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf dan donat berbahan 100% tepung terigu, namun pada atribut ukuran dan harga pada donat yang disubstitusi 50% tepung mocaf lebih tinggi dibandingkan dengan donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf.

Sikap konsumen terhadap atribut rasa, bentuk, ukuran dan harga donat berbahan 100% tepung terigu lebih baik dibandingkan dengan donat yang disubstitusi tepung mocaf, namun atribut tekstur dan warna donat berbahan 100% tepung terigu lebih buruk dibandingkan dengan donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf.

Berdasarkan respon konsumen tekstur donat bersubstitusi 30% tepung mocaf memiliki tekstur lebih lembut dibanding dengan donat berbahan 100% tepung terigu dan warna donat memiliki warna yang lebih coklat dibanding dengan donat berbahan 100% tepung terigu. Pada atribut warna, semakin banyak menggunakan substitusi tepung mocaf maka warnanya akan mengikuti dari warna tepung mocaf yaitu kecoklatan.

Hal ini dapat menunjukkan bahwa tepung yang disubstitusi 30% tepung mocaf dapat mempengaruhi kualitas tekstur menjadi lebih baik yaitu lebih lembut pada pangan olahan seperti donat dalam penelitian ini. Hal tersebut juga dapat menjadi keunggulan tepung mocaf pada kualitas pangan olahan basah.

PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP DONAT BERBAHAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF

Penelitian ini menggunakan uji Friedman untuk menguji perbedaan sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai substitusi tepung mocaf dan untuk memperkuat hasil karakteristik responden maka peneliti menggunakan analisis *Chi Square* yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan respon konsumen terhadap donat dengan berbagai substitusi tepung mocaf. Berdasarkan analisis uji Friedman menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam sikap konsumen terhadap donat bersubstitusi mocaf. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen memiliki sikap kesukaan yang sama terhadap donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf, donat yang disubstitusi 50% tepung mocaf dan donat berbahan 100% tepung terigu. Perhitungan sikap model fishbein menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap cukup baik terhadap donat yang diteliti. Berdasarkan perhitungan uji Friedman dan perhitungan model fishbein menunjukkan bahwa sikap konsumen cukup baik dan tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap donat yang diteliti yaitu donat yang disubstitusi 30% tepung mocaf, donat yang disubstitusi 50% tepung mocaf dan donat berbahan 100% tepung terigu.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Sikap konsumen terhadap produk donat menunjukkan sikap yang cukup baik. Ini dapat dilihat dari total skor sikap konsumen (86,88) dengan kategori sikap cukup baik.
2. Diantara keenam atribut donat, atribut rasa dan atribut tekstur memiliki skor sikap tertinggi. Ini artinya bahwa kedua atribut tersebut dianggap lebih penting dalam pemilihan produk donat. Hal ini dapat dilihat pada skor total sikap konsumen yang menunjukkan skor atribut tertinggi berada pada atribut rasa (16,65) dan disusul dengan skor atribut tekstur (15,891).
3. Berdasarkan analisis sikap multiatribut Fishbein konsumen lebih menyukai produk donat berbahan 100% terigu daripada donat bersubstitusi 30% dan 50% tepung mocaf. Hal ini dapat dilihat pada skor total sikap masing-masing donat yaitu donat berbahan 100% tepung terigu memiliki skor (88,88) sedangkan

donat berbahan 30% tepung mocaf (86,91) sementara donat bersubstitusi 50% tepung mocaf (84,84).

4. Berdasarkan analisis sikap multiatribut Fishbein konsumen menganggap donat bersubstitusi 30% tepung mocaf lebih disukai dibandingkan dengan donat bersubstitusi 50% tepung mocaf.
5. Berdasarkan uji Friedman menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai substitusi tepung mocaf. Ini artinya menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap kesukaan yang sama terhadap ketiga donat tersebut.

SARAN

1. Atribut bentuk pada donat bersubstitusi mocaf baik donat dengan tingkatan substitusi tepung mocaf 30% atau 50% mendapatkan nilai skor dibawah rata-rata. Hal ini dapat dilihat pada skor atribut dalam kepercayaan dan sikap konsumen, sehingga perlu adanya perbaikan dalam teknis penggorengan yaitu dengan menggunakan alat cetakan yang ukurannya lebih besar namun dengan berat tetap 30gram per donat.
2. Berdasarkan uji Friedman menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam sikap konsumen terhadap donat dengan berbagai substitusi tepung mocaf dengan donat 100% berbahan tepung terigu. Hal ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi kepada industri makanan berbahan baku tepung terigu untuk mensubstitusikan bahan baku tepung terigu dengan mocaf.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Subagio, Wiwik Siti W, Yuli Witono, Fikri Fahmi. 2008. Prosedur Operasi Standar (POS) Prosedur Mocal Berbasis Klaster.
- APTINDO. 2014. Overview Industri Tepung Terigu Nasional Indonesia. Online. <http://www.aptingdo.or.id/pdfs/Update%20overview%2011%20Juli%202014.pdf>. Diakses 6 April 2014
- Aptindo. 2012. Impor Tepung Terigu Turun 34,92%. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Jakarta. Online. <http://www.kemenperin.go.id/>

- artikel/3199/Impor-Tepung-Terigu-Turun-34,92.
Diakses 4 April 2014
- BPS. 2013. Produksi Ubi Kayu di Indonesia. Online.
http://bps.go.id/tmn_pgn.php?kat=3&id_subyek=53¬ab=0. Diakses 10 April 2014
- Dewi Suryani. 2008. Sikap Konsumen Terhadap Produk Pangan Olahan Berlabel Perguruan Tinggi Pertanian (Studi Eksperimen Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Di Luar Fakultas Pertanian). Yogyakarta : Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Dian Ayu D, Wiwik Wahyuni, Made Wena. 2014. Kajian Kadar Serat, Kalsium, Protein, dan Sifat Organoleptik *Chiffon Cake* Berbahan *Mocaf* Sebagai Alternatif Pengganti Terigu. TEKNOLOGI DAN KEJURUAN, VOL. 37, NO. 1.
- Hidayat MS. 2012. Menperin Pastikan Stok Tepung Terigu dan Minyak Goreng Aman. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Online. <http://www.kemperin.go.id/artikel/6912/Menperin-Pastikan-StokTepung-Terigu-dan-Minyak-Goreng-Aman>. Diakses 4 April 2014.
- Katwang, J. 2012. Bisnis Tepung Mocaf, Atasi Krisis Terigu Impor. Kompasiana. Online. <http://www.kompasiana.com>. Diakses 3 April 2014
- Mahatama, E, Afrianto, Tim Komoditi Spesialis Tepung Terigu Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2012. Tinjauan Pasar Tepung Terigu. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Edisi :04/TRG/TKSPP/2012. Online. <http://ews.kemendag.go.id/download.aspx?file=4+TERIGU+APRIL+2012.pdf&type=publication>. Diakses 2 April 2014.
- Peter, J.P dan J.C Olson. 1996. *Consumer Behavior* perilaku konsumen dan strategi pemasaran.
- Rahmi Yulifianti, Erliana Ginting, dan Joko Susilo Utomo, 2012. Tepung Kasava Modifikasi Sebagai Bahan Substitusi Terigu Mendukung Diversifikasi Pangan. Buletin Palawija. NO. 23
- Soenarya, S.Y. 2000. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Dodol Garut (Studi Kasus Pada PD.CITRA). MB IPB Repository. Online. http://repository.mb.ipb.ac.id/1335/1/R16%2D01b%2DSrie_Yuliawaty_Soenarya%2DLembar_Pengolahan.pdf
Diakses 23 November 2014
- Shiffman, Leon.G dan Leslie Lazar Kanuk, 1997, *Consumer Behavior*, Fifth Edition, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Simanura B. 2004. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soenarjo, R. 1979. Status ubi-ubian di Indonesia; Prospek Penelitian dan Pengembangannya. Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pertanian. BP Bimas NFCEP. Bogor. hlm. 26- 29.
- Subagio A. 2007. *Industrialisasi Modified Cassava Flour (MOCAF) Sebagai Bahan Baku Industri Pangan untuk Menunjang Diversifikasi Pangan Pokok Nasional*. Jember : Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember.
- Sumarwan Ujang. 2000. Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Produk Biskuit Sandwich Coklat. Media Gizi & Keluarga, Desember 2000. XXTV(2):79-85
- Utomo, Priyo & Avenida Danni Nugroho. 2013. Tepung Singkong dan Hasil Olahannya. Kementerian Pertanian. Online. <http://cybex.deptan.go.id/>. Diakses 2 April 2014
- Winarno, F.G. 2004. *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.