

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah penduduk di Indonesia pada September 2020 sebesar 270,20 juta jiwa. Laju pertumbuhan per Tahun selama 2010-2020 rata-rata sebesar 1,25% (BPS, 2020). Jumlah penduduk yang besar tersebut berkaitan langsung dengan masalah ketahanan pangan dan berbagai masalah lainnya seperti pendidikan, tenaga kerja, transportasi dan sebagainya. Rata-rata konsumsi pangan di Indonesia adalah beras. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat ketergantungan terhadap beras tinggi, sehingga ketika kebutuhan beras tidak mencukupi maka harus mengimpor beras dari luar negeri. Menurut BPS, Indonesia mengimpor beras sebesar 356.286 ton. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap beras dengan mencari alternatif pangan lain yang dapat tumbuh di Indonesia. Salah satu alternatif beras adalah dengan memanfaatkan jagung. Jagung merupakan salah satu tanaman penghasil karbohidrat kedua setelah beras yang berpotensi untuk dijadikan sebagai sumber bahan pangan pokok dan di beberapa daerah di Indonesia sudah digunakan sebagai makanan pokok.

Upaya pemanfaatan jagung sebagai makanan pengganti beras juga sejalan dengan upaya pemerintah untuk mempertahankan dan meningkatkan gizi masyarakat. Potensi pengembangan produk-produk berbasis jagung semakin beragam, terbukti dengan semakin banyaknya produk-produk olahan jagung seperti tepung jagung sebagai bahan dasar dari pembuatan bihun jagung. Salah satu produk modifikasi yang dapat dilakukan pada pengolahan bihun jagung yaitu pada pembuatan produk schotel bihun jagung.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2009:6) "Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya". Keputusan konsumen dalam membeli serta permintaan konsumen akan suatu produk semakin bervariasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Maka perusahaan perlu melakukan pengembangan agar minat konsumen meningkat sehingga menjadi semakin bervariasi dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (2005) dikutip dalam Rachman (2014) minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Dalam memutuskan suatu rencana pembelian produk konsumen dipengaruhi oleh rangsangan internal dan eksternal. Rangsangan internal dapat berupa keinginan, kebutuhan dan karakteristik individu (psikologi, culture dan sosial), sedangkan untuk rangsangan eksternal dapat berupa harga, kualitas produk, promosi, brand dan upaya-upaya pemasaran lainnya.

Uji hedonik merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kesukaan terhadap produk dengan menggunakan lembar penilaian. Dalam uji hedonik panelis diminta tanggapan pribadinya tentang kesukaan dan ketidaksukaannya terhadap produk schotel bihun jagung yang dinilai. Dalam penganalisisan, skala hedonik ditransformasi menjadi skala numerik dengan angka menaik menurut tingkat kesukaan. Dengan data numerik ini dapat dilakukan analisis statistika.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pembuatan schotel bihun jagung?
2. Apa saja kandungan energi dan zat gizi yang terdapat pada schotel bihun jagung?
3. Berapa harga jual dari produk schotel bihun jagung?
4. Bagaimana tingkat kesukaan responden terhadap produk schotel bihun jagung berdasarkan hasil uji hedonik?

1.3 Tujuan

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah untuk menganalisis hasil uji organoleptik terhadap produk schotel bihun jagung. Adapun tujuan khusus dari tugas akhir ini yaitu:

1. Mengidentifikasi gambaran umum schotel bihun jagung.
2. Mengidentifikasi proses produksi schotel bihun jagung
3. Menghitung kandungan energi dan zat gizi pada schotel bihun jagung
4. Melakukan analisis biaya pada produksi schotel bihun jagung
5. Mengevaluasi tingkat kesukaan responden terhadap produk schotel bihun jagung berdasarkan hasil uji hedonik

1.4 Manfaat

Hasil penelitian pada tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu antara lain:

1. Bagi Penulis, sebagai proses pembelajaran serta pengembangan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
2. Bagi produsen mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk schotel bihun jagung
3. Bagi konsumen sebagai pertimbangan dalam mengonsumsi produk schotel bihun jagung
4. Bagi Institusi, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menjadi data dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Pikir

Tingginya jumlah penduduk di Indonesia menyebabkan kebutuhan pangan beras meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan pangan beras pemerintah mengimpor beras dari negara lain. Untuk mengatasi masalah tersebut, pemerintah mencari alternatif pangan lain yang dapat tumbuh di Indonesia. Salah satu alternatif beras adalah dengan memanfaatkan jagung. Upaya pemanfaatan jagung sebagai makanan pengganti beras juga sejalan dengan upaya pemerintah untuk mempertahankan dan

meningkatkan gizi masyarakat. Potensi pengembangan produk-produk berbasis jagung semakin beragam, terbukti dengan semakin banyaknya produk-produk olahan jagung seperti tepung jagung sebagai bahan dasar dari pembuatan bihun jagung. Salah satu produk modifikasi pangan jajanan dengan bahan utama bihun jagung berupa makanan sepinggan yang dapat dilakukan yaitu pada pembuatan produk schotel bihun jagung. Kerangka pikir dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Bagan Kerangka Pikir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Ide pengembangan produk tersebut kemudian direalisasikan dengan melakukan produksi dimulai dari pengadaan bahan makanan, persiapan alat dan bahan, pengolahan dan penyajian. Keputusan konsumen dalam membeli serta permintaan konsumen akan suatu produk semakin bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing. Mereka tidak hanya mengharapkan produk yang berkualitas tinggi karena kualitas produk telah menjadi kewajaran dan persyaratan umum. Jenis baru yang diinginkan konsumen kini adalah, produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh mereka. Maka perusahaan perlu melakukan pengembangan agar minat konsumen meningkat sehingga menjadi semakin bervariasi dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Uji hedonik dilakukan untuk mengetahui tanggapan pribadinya tentang kesukaan dan ketidaksukaan terhadap produk. Uji hedonik dilakukan oleh penulis dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada keluarga dan kerabat sekitar rumah yang sebelumnya sudah mengonsumsi produk schotel bihun jagung.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies