

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan pola konsumsi makanan akibat globalisasi membuat sebagian masyarakat cenderung mengonsumsi makanan yang tidak sehat seperti tinggi gula. Menurut tinjauan sistematis yang dilakukan oleh Atmarita et.al (2018) salah satu sumber utama konsumsi gula tambahan masyarakat Indonesia berasal dari produk pangan kemasan. Hasil Studi Diet Total (SDT) pada tahun 2014 menyimpulkan bahwa rata-rata konsumsi gula tambahan masyarakat Indonesia untuk seluruh kelompok umur yaitu sebesar 25,6 gram gula/hari. Angka tersebut jika dibandingkan dengan rekomendasi konsumsi gula oleh Kementerian Kesehatan Indonesia pada peraturan Nomor 30 Tahun 2013, batas konsumsi gula per hari yaitu sebesar 10% dari total kebutuhan energi atau setara dengan 4 sendok makan (50 gram) gula murni, maka telah memenuhi 51% dari batas konsumsi yang ditetapkan (Putri, 2019).

Konsumsi gula berlebih dapat mengakibatkan insulin menjadi resisten, yaitu tidak mampu menjalankan tugasnya dalam metabolisme gula menjadi energi, sehingga terjadi peningkatan kadar gula darah (hiperglikemia) yang berisiko terhadap terjadinya kegemukan dan diabetes mellitus (Kemenkes, 2019). WHO memperkirakan adanya peningkatan jumlah pasien diabetes mellitus di Indonesia dari 8,4 juta pada tahun 2000 menjadi sekitar 21,3 juta pada tahun 2030. Prediksi lain yang dilakukan oleh *International Diabetes Federation* (IDF), disebutkan adanya peningkatan jumlah pasien diabetes mellitus di Indonesia dari 9,1 juta pada tahun 2014 menjadi 14,1 juta pada tahun 2035 (PERKENI, 2015). Oleh karena itu dapat dilakukan pengembangan produk dalam bentuk *snack* dengan pemanis alami.

Snack atau makanan ringan adalah makanan yang bukan merupakan menu utama (makan pagi, makan siang atau makan malam). *Snack* adalah makanan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya. *Snack* yang sehat tidak hanya kaya akan energi, tapi sebaiknya juga mengandung protein, vitamin, mineral, dan serat pangan seperti *Snack bar*. *Snack bar* yaitu produk yang diperoleh dari campuran atau kombinasi dari tiga atau lebih bahan pangan dengan nilai gizi dan rasa yang spesifik serta ditambahkan bahan ikatan yang memberikan tekstur yang tepat. Bentuk bars dipilih karena kemudahan dalam konsumsi (Izzo and Niness, 2001 dalam Ismail, 2016). Adanya modifikasi resep *snack bar* dapat meningkatkan manfaat dan kualitas produk.

Modifikasi resep adalah mengubah resep dasar menjadi resep baru yang dilakukan dengan cara ditambah, dikurangi, atau divariasikan bahan makanan, bumbu, cara pengolahan, porsi dan nilai gizinya. Tujuan dilakukan modifikasi resep adalah meningkatkan penampilan serta meningkatkan rasa hidangan yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat penerimaan (Astuti, 2019). Produk yang dilakukan modifikasi resep yaitu Goodbar. Goodbar (*good snack bar*) berasal dari kata *good* (bagus atau baik) dan *snack bar* (produk pangan berkalori tinggi yang dibuat dari campuran bahan pangan, diperkaya dengan nutrisi, kemudian dibentuk menjadi bentuk padat dan kompak). Sehingga Goodbar merupakan *snack bar* yang bagus dalam artian sehat. Modifikasi resep yang dilakukan yaitu dari segi rasa dan bahan. Dari segi rasa, memiliki rasa manis disertai rasa khas jahe. Dari segi bahan, terbuat dari ubi jalar ungu, jahe, oatmeal, kurma, almond, putih telur

dan air. Goodbar tidak menggunakan gula tetapi memiliki rasa manis dari kurma. Keberhasilan modifikasi produk dapat diukur dengan melakukan uji organoleptik dan mengetahui preferensi konsumen terhadap produk Goodbar.

Preferensi diartikan sebagai derajat kesukaan seseorang terhadap suatu jenis produk (Kotler 2005 dalam Hasibuan, 2019). Preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan produk tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati. Analisis preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen serta untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk maupun produk itu sendiri (Hasibuan, 2019). Maka penulis tertarik untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap produk Goodbar, sehingga hasil dari analisis tersebut dapat dijadikan perbaikan terhadap produk Goodbar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum produk Goodbar?
2. Bagaimana tahap produksi produk Goodbar?
3. Berapa kandungan gizi produk Goodbar?
4. Berapa biaya yang digunakan dalam produksi produk Goodbar?
5. Bagaimana daya terima produk Goodbar melalui uji organoleptik?
6. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk Goodbar?

1.3 Tujuan

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah mengkaji preferensi konsumen terhadap produk Goodbar. Adapun tujuan khusus dari tugas akhir ini yaitu:

1. Mengkaji gambaran umum produk Goodbar.
2. Mengidentifikasi tahap produksi produk Goodbar.
3. Menghitung kandungan gizi produk Goodbar.
4. Menganalisis biaya produksi produk Goodbar.
5. Menganalisis daya terima produk Goodbar dengan uji organoleptik.
6. Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk Goodbar.

1.4 Manfaat

Beberapa manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

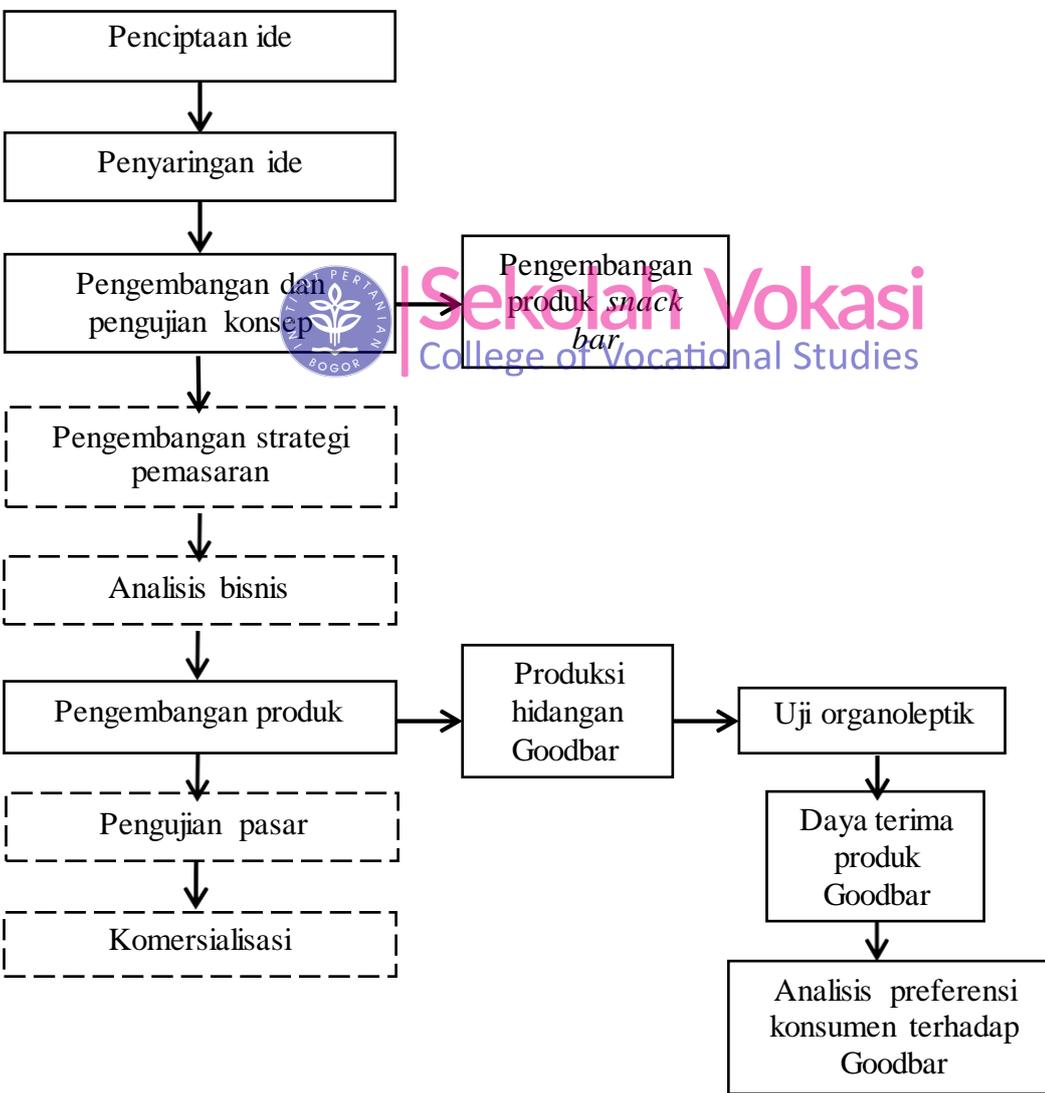
1. Bagi Lembaga Pendidikan
Menambah literatur mengenai modifikasi produk dan preferensi konsumen terhadap produk.
2. Bagi Mahasiswa
Menambah pengetahuan dan keterampilan dengan melakukan modifikasi produk dan melakukan analisis preferensi konsumen terhadap produk.
3. Bagi Pembaca
Sebagai media penambah wawasan dan pengetahuan mengenai modifikasi produk dan preferensi konsumen terhadap produk.

1.5 Kerangka Pikir

Penciptaan ide diawali dengan kebiasaan masyarakat mengkonsumsi makanan yang mengandung tinggi gula yang dapat menyebabkan penyakit diabetes mellitus. Penyaringan ide dilakukan dengan mengamati produk yang

sehat dan bergizi seperti *snack bar* karena praktis dan memiliki kandungan gizi yang cukup. Pengembangan dan pengujian konsep dilakukan yaitu dengan membuat pengembangan produk *snack bar* yang menggunakan pemanis alami, tidak menggunakan gula tambahan.

Pengembangan produk yang dilakukan yaitu produk Goodbar dari segi rasa dan bahan. Dari segi rasa Goodbar memiliki rasa manis disertai rasa khas jahe. Dari segi bahan Goodbar terbuat dari ubi jalar ungu, jahe, oatmeal, kurma, almond, dan putih telur. Goodbar tidak menggunakan gula tetapi memiliki rasa manis dari kurma. Produksi Goodbar yang meliputi persiapan, pengolahan dan pemorsian produk. Produk Goodbar kemudian dilakukan uji organoleptik dengan uji kesukaan kepada masyarakat sekitar untuk mengetahui daya terima produk Goodbar dan melakukan kuesioner mengenai preferensi konsumen terhadap produk Goodbar. Kerangka pikir dapat dilihat pada Gambar 1.



Keterangan:

- Variabel yang diamati
- Variabel yang tidak diamati

Gambar 1 Kerangka Pikir