

## **DAYA TERIMA KONSUMEN TERHADAP AWUG BITES SEBAGAI KUE TRADISIONAL KHAS BANDUNG**

Glenis Zatil Yumni Setiawan<sup>1</sup>, Woro Priatini<sup>1</sup>, Risya Ladiva Bridha<sup>1</sup> <sup>1</sup>Universitas

Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Bandung 40154, Indonesia

E-mail: [glnssetiawan@gmail.com](mailto:glnssetiawan@gmail.com)

### **Abstrak**

Awug bites merupakan produk modifikasi yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui daya terima konsumen. Modifikasi adalah mengubah suatu resep dasar menjadi resep baru yang dilakukan dengan cara ditambah, dikurangi, atau memvariasikan bahan makanan, bumbu, cara pengolahan, porsi dan nilai gizinya dengan maksud untuk meningkatkan penampilan serta meningkatkan rasa hidangan yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat penerimaan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui daya terima konsumen terhadap kue tradisional awug setelah dilakukan modifikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimental dengan 3 formulasi resep dan akan dinilai oleh panelis ahli yang diambil dari pelaku usaha, chef, dan akademisi untuk menentukan formulasi yang terbaik, selanjutnya formulasi terbaik tersebut diberikan kepada panelis konsumen yang diambil dari generasi milenial. Setelah mendapat hasil dari penilaian para panelis, dilakukan uji organoleptik dan uji daya terima konsumen terhadap warna, aroma, rasa, bentuk, dan dinyatakan bahwa awug bites sangat diterima.

Kata kunci: Awug, Daya Terima Konsumen, Kue Tradisional, Modifikasi.

### ***Consumer Acceptance of Awug Bites as a Bandung Traditional Cake***

#### ***Abstract***

*Awug bites is a modified product made by the author to determine consumer acceptance. Modification is changing a basic recipe into a new recipe which is done by adding, subtracting, or varying food ingredients, seasonings, processing methods, portions and nutritional value with the intention of improving appearance and enhancing the taste of dishes which will ultimately increase the level of acceptance. This study aims to determine consumer acceptance of awug traditional cakes after modification. The method used in this study is an experimental method with 3 recipe formulations and will be assessed by a panel of experts drawn from business actors, chefs and academics to determine the best formulation, then the best formulation is given to consumer panelists drawn from the millennial generation. After obtaining the results from the panelists' assessments, organoleptic tests and consumer acceptance tests were carried out for color, aroma, taste, shape, and it was stated that awug bites were very acceptable.*

*Keywords: Awug, Consumer Acceptance, Modifications, Traditional Cakes.*

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah macam-macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Sektor pariwisata juga menyumbangkan devisa bagi negara Indonesia dan menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Hal ini membuktikan bahwa sektor pariwisata sangat menguntungkan untuk negara dan memiliki peran penting untuk kemajuan Indonesia

Kuliner Indonesia merupakan salah satu makanan terlezat di dunia karena diolah menggunakan berbagai rempah-rempah yang lengkap di setiap hidangannya. Indonesia

memiliki berbagai macam masakan, minuman dan kudapan tradisional dari berbagai daerah. Makanan khas suatu daerah merupakan aset yang dapat menjadi daya tarik wisatawan di bidang kuliner. Banyak sekali tempat wisata kuliner yang menjadi favorit bagi para wisatawan, salah satunya kota Bandung.

Menurut Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Provinsi Jawa Barat, kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah wisatawan tertinggi di Provinsi Jawa Barat dan masuk dalam daftar kota dengan kategori Makanan Tradisional Terbaik (Best Cities for Traditional Food) di TasteAtlas Awards 2022 dan berada di posisi kesebelas dari total 56 kota di dunia..

Makanan tradisional adalah produk makanan dari suatu daerah yang dibuat secara tradisional, dalam arti proses pembuatannya dilakukan dengan menggunakan peralatan yang sederhana. (Lestari, 2018). Umumnya dalam pengolahan makanan khas suatu daerah sangat dikuasai oleh masyarakat di daerah tersebut, serta cita rasanya sangat sesuai dengan masyarakat setempat karena proses pengolahan serta cita rasanya sangat identik dengan masyarakat tertentu, bahkan makanan ini bisa dijadikan tolak ukur ciri khas suatu daerah tertentu

Awug merupakan salah satu makanan tradisional khas daerah Bandung yang memiliki dominasi cita rasa manis, awug bisa dijadikan sebagai makanan pembuka maupun makanan berat yang rendah kalori. Awug terbuat dari tepung beras, kelapa, daun pandan dan gula merah yang dikemudian dikukus dalam aseupan (kukusan berbentuk lancip yang digunakan untuk membuat tumpeng).

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. (Karina, 2016).

Daya terima konsumen merupakan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk (Nur dkk, 2019). Semakin bagus dan menarik suatu produk, maka secara otomatis semakin tinggi kemungkinan produk tersebut akan diterima oleh konsumen. Daya terima yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen terhadap tampilan warna, aroma, rasa, bentuk, tekstur, kemasan, dan harga jual pada produk awug bites.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah :

1. Bagaimana standar resep dan cara pembuatan awug bites?
2. Bagaimana daya terima konsumen terhadap produk awug bites ?
3. Bagaimana desain kemasan dan label pada produk awug bites ?
4. Bagaimana harga jual dari produk awug bites?

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) modifikasi merupakan suatu perubahan dalam penyusunan rencana atau perubahan terhadap sesuatu dalam konsep awal. Menurut Nanang (2016), modifikasi dilakukan untuk beberapa tujuan, diantaranya:

1. Memberikan variasi rasa.  
Variasi rasa dapat dimodifikasi dengan berbagai cara misalnya dengan cara membuat rasa yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.
2. Memberikan variasi bentuk.  
Bentuk makanan dapat dimodifikasi dengan cara membuat bentuk makanan yang berbeda.
3. Memperpanjang usia produk agar lebih awet.  
Modifikasi cara memperpanjang usia makanan dilakukan dengan cara penambahan bahan kimia, misalnya asam sitrat, garam, gula, secara biologi misalnya dengan fermentasi, pengasaman, dan pengasinan atau pemanisan.
4. Meningkatkan tingkat hygiene produk.

Cara produksi pangan yang baik sangat berguna bagi kelangsungan hidup industri pangan. Melalui cara produksi pangan yang baik industri pangan dapat menghasilkan pangan

yang bermutu, layak dikonsumsi, dan aman bagi kesehatan. Dengan menghasilkan pangan yang bermutu dan aman untuk dikonsumsi, kepercayaan masyarakat niscaya akan meningkat, dan industri pangan yang bersangkutan akan berkembang dengan pesat.

Daya terima konsumen adalah tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan (Nur dkk, 2019, 20). Daya terima konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sikap konsumen terhadap warna, aroma, bentuk, tekstur, dan rasa dari awug bites.

Uji konsumen banyak digunakan karena terbukti sebagai alat yang efektif dalam upaya pengembangan produk dan jasa yang akan dijual dalam jumlah yang lebih besar. Uji konsumen dapat dikategorikan dalam 6 kategori berdasarkan tujuan pelaksanaannya (Setyaningsih dkk, 2010), yaitu sebagai berikut :

1. **Pemeliharaan Produk**  
Pemeliharaan produk pada perusahaan pangan dilakukan dalam rangka pengurangan pengeluaran, substitusi bahan baku, perubahan proses ataupun formulasi produk dan modifikasi kemasan.
2. **Optimalisasi dan Pengembangan Produk**  
Proses optimalisasi atau pengembangan produk identik dengan memperbaiki satu atau dua atribut utama dari produk. Perbaikan yang dilakukan adalah dibuat prototipe produk kemudian dilakukan uji deskripsi untuk mengetahui apakah atribut yang sengaja dibuat berbeda tersebut dapat diterima. Selanjutnya dilakukan uji konsumen untuk mengetahui tingkat penerimaan dari perbaikan produk yang dilakukan dan pengaruhnya terhadap penerimaan skor kesukaan keseluruhan produk.
3. **Pengembangan Produk Baru**  
Selama melakukan pengembangan produk baru, uji konsumen sangat penting dilakukan untuk mengevaluasi konsep atau prototipe yang dibuat.
4. **Penilaian Pasar Potensial**  
Analisis sensori berfungsi memberikan data yang berguna bagi penelitian dan pengembangan produk serta dalam memberikan data dan informasi bagi pemasaran produk.
5. **Peninjauan Pengelompokan Produk**  
Peninjauan pengelompokan produk perlu dilakukan apabila perusahaan ini mengetahui posisi produknya diantara produk pesaing, serta mengidentifikasi peluang pasar yang ada.
6. **Memperkuat Klaim Komersial Produk**  
Klaim kesamaan sensori atau kelebihan produk harus didukung oleh uji konsumen yang diikuti oleh pengguna produk sehingga menghasilkan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan

## METODE

Objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian dilakukan. (Supriati, 2012) Subjek penelitian adalah batasan penelitian dimana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal, atau orang untuk melekatnya variable penelitian. (Suharsimi, 2016). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah masalah yang akan diteliti, sedangkan subjek penelitian adalah siapa atau apa yang bisa memberikan informasi dan data untuk memenuhi topik penelitian. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah awug bites dan subjek penelitiannya adalah 100 responden yang diambil dari konsumen dan 9 panelis ahli yang mengetahui produk awug.

Metode Penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan (Priyono, 2016). Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian eksperimen sungguhan (true experimental).

Populasi adalah himpunan semua objek atau individu yang akan dipelajari atau kelompok yang menjadi asal darimana sebuah sampel dipilih (Hasmi, 2016). Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga sehingga dapat

mewakili populasinya (Siyoto dkk, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau responden yang pernah mencicipi dan mengetahui rasa dan kualitas dari awug. Sampel dari penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probability sampling (tidak seluruh populasi diambil) dengan kategori purposive (menentukan populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya). Adapun rumus Wibisono yang dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel yaitu sebagai berikut:

$$N = \left\{ \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)^2}{e} \right\}$$

$$N = \left\{ \frac{(1,96 \cdot 0,25)^2}{5\%} \right\}$$

$$N = 96,04$$

**Gambar 1.** Rumus Wibisono

Keterangan :

- N = Jumlah Sampel  
 $Z_{\alpha/2}$  = tingkat keakuratan 95% = 1,96σ  
 = standar deviasi 25%  
 e = error (batas kesalahan = 5%)

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 dari jumlah populasi responden yang ada, atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan observasi. Peneliti melakukan wawancara dengan 9 panelis ahli, dan kuesioner kepada 100 orang responden, kemudian peneliti melihat langsung kondisi dilapangan dengan menggunakan teknik observasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hedonik pada penelitian ini dilakukan pada 9 panelis ahli dengan melakukan perbandingan antara awug bites formulasi 1 (100% tepung beras), formulasi 2 (25% tepung ketan dan 75% tepung beras), dan formulasi 3 (50% tepung ketan dan 50% tepung beras) untuk menentukan formulasi manakah yang paling disukai.

Tabel 1. Hasil Penilaian Panelis

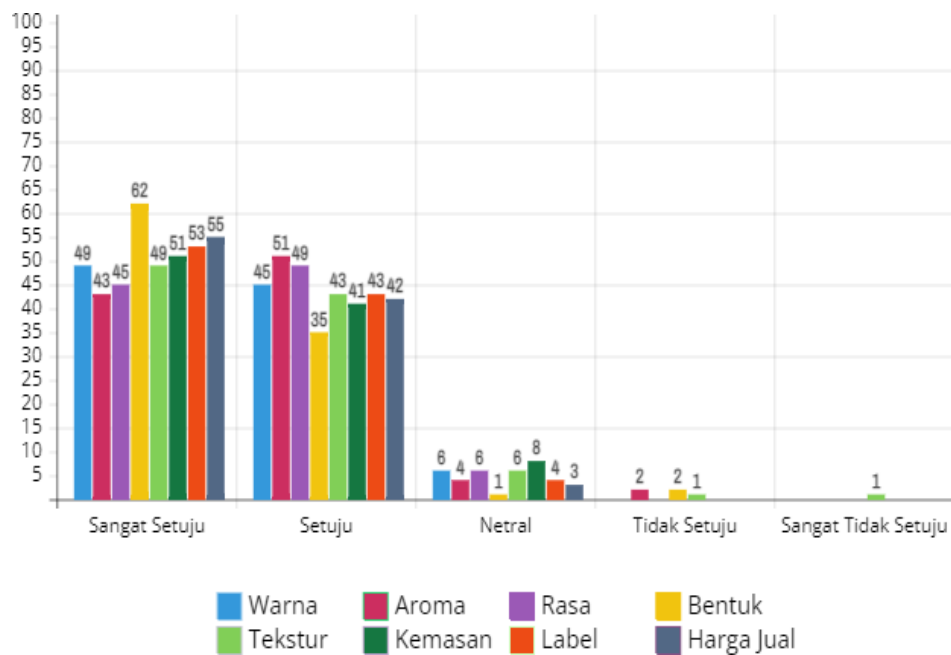
Perlakuan	Nilai Skor							Total
	Warna	Aroma	Rasa	Bentuk	Tekstur	Kemasan	Harga	
AB 1	3,3	3,7	3,7	2,9	2,8	4,4	4,9	25,7
AB 2	4,7	3,8	4,6	4,6	4,9	4,4	4,9	31,9
AB 3	4,6	3	3,8	3,8	3,8	4,4	4,9	28,2

Hasil dari penilaian panelis terhadap ketiga sampel menyatakan bahwa warna pada awug bites formulasi kedua lebih menarik, panelis dapat mencium aroma pandan sehingga menutupi bau apek dari tepung beras, rasa yang lezat, bentuk bunga yang tercetak dengan jelas, tekstur yang lembut dari tepung beras, dan kenyal dari tepung ketan, kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau. Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa awug bites formulasi 2 memiliki nilai terbaik dibandingkan dengan awug bites formulasi 1 dan 3. Setelah dilakukan uji hedonik kepada panelis ahli, selanjutnya penulis memberikan formulasi tersebut kepada 100 panelis konsumen untuk dinilai, penilaian

dilakukan menggunakan metode kuesioner melalui gform dengan 8 pertanyaan sebagaiberikut :

1. Warna (hijau, pink dan ungu) yang terdapat pada awug bites ini sangat menarik
2. Saya mencium aroma pandan pada awug bites, sehingga bau apek tepung beras tidak tercium
3. Saya dapat merasakan rasa khas pandan pada produk awug bites
4. Bentuk bunga pada awug bites cantik sehingga membuat konsumen tertarik untuk membelinya
5. Saya dapat merasakan tekstur yang lembut pada awug bites
6. Kemasan yang digunakan sangat aman dan praktis
7. Menurut saya, label pada kemasan sangat informatif dan menarik
8. Saya akan membeli produk awug bites ini karena sangat terjangkau, lebih menarik dan lezat dari awug pada umumnya.

Peneliti memberikan pilihan jawaban berupa skala 1-5 dimana skala 5 untuk jawaban Sangat Setuju, skala 4 untuk Setuju, skala 3 untuk jawaban Netral, Skala 2 untuk jawaban Tidak Setuju dan skala 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju. Panelis berhak memilih dan memberikan jawaban sesuai dengan pengalaman, pengetahuan dan pengamatan masing-masing secara jujur dan objektif.



**Gambar 2.** Grafik Kuesioner

Berdasarkan grafik diatas, hasil dari tanggapan panelis mengenai kuesioner yang telah peneliti sebarakan, hampir keseluruhan panelis setuju bahwa awug bites memiliki warna, aroma, rasa, bentuk, tekstur, kemasan, label, dan harga jual yang dapat diterima di masyarakat milenial.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dari daya terima konsumen terhadap modifikasi kue tradisional awug bites yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peneliti menentukan 3 formulasi resep awug bites yaitu 100% tepung beras, 25% tepung ketan, dan 75% tepung ketan, kemudian dilakukan uji organoleptik dan uji daya terima konsumen.

2. Uji organoleptik dilakukan kepada 9 panelis ahli yaitu 3 orang chef, 3 orang guru, dan 3 orang pelaku usaha. Panelis ahli menyatakan bahwa awug bites formulasi kedua merupakan formulasi dengan perlakuan terbaik karena memiliki warna dan bentuk yang menarik, rasa yang lezat, tekstur yang lembut, dan tidak memiliki aroma tepung yang menyengat karena adanya aroma pandan yang khas.
3. Panelis konsumen yang diambil dari 100 generasi milenial setuju bahwa awug bites dapat diterima di kalangan masyarakat milenial.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran atau masukan sebagai berikut:

1. Awug bites bisa lebih di modifikasi dengan memasukan beberapa varian isi supaya lebih modern seperti cokelat, keju, dan sebagainya
2. Diharapkan skripsi ini mampu memberikan referensi dan gambaran terhadap mahasiswa maupun pelaku usaha dalam melakukan modifikasi terhadap suatu produk
3. Adanya skripsi ini diharapkan mampu membuka mata para generasi milenial agar lebih mencintai makanan tradisional khususnya jajanan pasar
4. Memberikan inspirasi untuk melakukan pengembangan terhadap jajanan pasar seperti inovasi ataupun modifikasi
5. Kepada UMKM diharapkan agar terus melakukan pengembangan terhadap produk makanan tradisional sesuai dengan tren yang ada atau justru menciptakan tren baru, sehingga makanan tradisional bisa terus diminati oleh berbagai kalangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- TasteAtlas. (2021). Best Traditional Food Cities : TasteAtlas Award
- Lestari, LA. (2018). Kandungan Zat Gizi Makanan Khas Yogyakarta. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Karina, Multi S. (2016). Merancang Menu dan Mengembangkan Resep. Materi ASDI. Poltekkes Kemenkes Jakarta II.
- Manzalina, Nur., Sufiat, S., & Kamal, R. (2019). Daya Terima Konsumen Terhadap Citarasa Es Krim Buah Kawista (*Limonia Acidissima*). Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Banda Aceh : Universitas Syiah Kuala Darussalam.
- Setyaningsih, D., Apriyantono, A., dan Sari, M. P. (2010). Analisis Sensori untuk. Industri Pangan dan Agro. Bogor : Institut Pertanian Bogor. IPB Press
- Supriyati. (2012). Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi. Bandung: LABKAT Arikunto,
- Suharsimi. (2016). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing Hasmi.
- (2016). Metode Penelitian Epidemiologi. Jakarta: CV. Trans Info Media.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing
- Octavia, Silvi. (2019). Diferensiasi Produk Sus Maker Jagung Dengan Tambahan Sayuran Sebagai Bahan Isian. Skripsi. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ayu, Nisriinaa. (2017). Inovasi Produk Lemper Menggunakan Isi Olahan Daun Pepaya Sebagai Substitusi Melalui Analisis Daya Terima Konsumen. Skripsi. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia