

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP PRODUK PAPA SULE (PUDING *PANNA COTTA* SUSU KEDELAI)
DENGAN METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS***

Vitmaya Khaznahar

Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Malang

Aisyah Larasati¹, Issutarti²

^{1, 2} Teknologi Industri, Universitas Negeri Malang

Corresponding author: vkkhaznahar@gmail.com

Abstract

This article aims to analyze the consumer preferences on *Papa Sule (Puding Panna Cotta Susu Kedelai)* as a new product in order to optimize the product competitiveness with Importance-Performance Analysis. This research is qualitative-descriptive research that use enclosed questionnaire for data collected method. The results of the Importance-Performance Analysis shows that the main priority for improved performance is texture pudding in the mouth (number 2) and the completeness of the information on the label of packaging (number 10). The indicators that should be maintained because consumer consider it was important on the *Papa Sule* are product's taste (number 1), the product is easily swallowed up (number 3), the level of robustness of the product (number 4), the overall scent which is not unpleasant (number 6), and the suitability of the packaging with the product size (number 8). Indicator of vanilla aroma on product (number 5) and packaging not dewy (number 9) can be improved performance but wasn't the main priority. The last indicator which is the color of the product (number 7) can be ignored by its performance because consumer thought it less important for decisions in buying *Papa Sule*.

Key Words: panna cotta, soy milk, consumer preferences, importance-performance analysis

Sari Pati

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen pada produk *Papa Sule (Puding Panna Cotta Susu Kedelai)* sebagai produk baru dalam usaha mengoptimalkan daya saing produk dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup. Hasil *Importance-Performance Analysis* menunjukkan indikator yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan

kinerjanya adalah tekstur puding di dalam mulut (nomor 2) dan indikator kelengkapan informasi pada label (nomor 10). Indikator yang harus dipertahankan karena dianggap konsumen penting ada pada produk Papa Sule adalah rasa produk (nomor 1), produk mudah ditelan (nomor 3), tingkat kekokohan produk (nomor 4), aroma keseluruhan yang tidak langu (nomor 6), dan kesesuaian kemasan dengan ukuran produk (nomor 8). Indikator aroma vanilla pada produk (nomor 5) dan kemasan tidak berembun (nomor 9) dapat ditingkatkan kinerjanya namun tidak menjadi prioritas utama. Indikator terakhir yaitu warna produk (nomor 7) dapat diabaikan kinerjanya karena dianggap kurang penting bagi keputusan konsumen dalam membeli produk Papa Sule.

Kata Kunci: panna cotta, susu kedelai, preferensi konsumen, importance-performance analysis

PENDAHULUAN

Era globalisasi menunjang tersampainya informasi dari berbagai belahan dunia termasuk informasi mengenai ilmu pengetahuan, budaya dan kebiasaan makan. Tidak sedikit makanan khas negara lain diperkenalkan dan mampu diterima oleh masyarakat Indonesia. Contohnya restoran yang menyajikan makanan khas Italia mulai dari hidangan pembuka sampai hidangan penutupnya. Salah satu hidangan penutup khas Italia yang sedang naik daun adalah panna cotta. Puding panna cotta adalah salah satu hidangan penutup paling sederhana dan terkenal dari Italia yang memiliki arti “memasak krim”. Panna cotta umumnya dibuat dengan memasak krim, susu, gula, vanilla serta gelatin kemudian disajikan dengan saus karamel (Gisslen, 2005).

Tren puding panna cotta sudah ada sejak tahun 2014 dimulai dengan maraknya penjualan panna cotta di kota besar seperti

Jakarta. Penjualan puding yang terkenal dengan saus buah-buahan sebagai pendampingnya ini mencapai 2000 cup per bulannya (Fitrini, 2014). Puding panna cotta di kota Malang dapat ditemukan di restoran khas makanan Italia contohnya Pizza Hut, lalu ada juga di Madam Wang Café, hingga dijual melalui industri rumahan secara online. Peminat panna cotta tidak hanya kalangan remaja dan dewasa tapi juga anak-anak karena rasanya yang manis dan teksturnya yang lembut. Setiap porsi panna cotta rata-rata dijual dengan harga yang cukup mahal yaitu Rp 18.000 – Rp 25.000. Karena harga tersebut, saat ini banyak bermunculan puding serupa dengan panna cotta yang dibuat lebih ekonomis, misalnya silky pudding. Selain lebih murah, silky pudding memiliki kandungan lemak yang lebih rendah dari panna cotta karena bahan pembuatannya cenderung mengurangi bahkan tidak menggunakan krim. Panna cotta dapat memiliki kandungan gizi yang lebih seimbang

dengan menggantikan komposisi susu dengan susu kedelai. Setioningsih, dkk (2007) menyebutkan bahwa susu kedelai mempunyai kandungan gizi hampir sama dengan susu sapi terutama kandungan proteinnya. Perbedaan utamanya adalah jenis asam amino, yaitu bahwa susu kedelai tidak mengandung kasein. Susu kedelai yang merupakan bahan pangan yang rendah kolesterol sehingga sangat aman dikonsumsi berbagai kalangan usia dan disarankan untuk beberapa penderita penyakit contohnya penyakit jantung (Ayustaningwarno, 2014).

Susu kedelai secara umum dipasarkan dalam bentuk cair (siap minum) dan dalam bentuk serbuk (kering). Susu kedelai dalam bentuk serbuk dibuat melalui proses pengeringan dengan menggunakan alat bernama spray dryer yang hanya diproduksi oleh industri besar. Susu kedelai dalam bentuk cair lebih mudah dibuat karena hanya menggunakan alat pengancur sederhana yakni blender. Kacang kedelai yang dibutuhkan untuk membuat susu kedelai sebanyak 1 liter tidak lebih dari 100 gram (Susianto, 2007). Hal tersebut membuat susu kedelai produksi industri rumahan atau produksi sendiri akan lebih murah harganya. Tekstur lembut dan rasa yang gurih di panna cotta berasal dari krim yang mengandung tinggi lemak. Padahal saat ini pengetahuan akan makanan sehat mulai meningkat yang berakibat makanan dengan tinggi lemak cenderung dihindari

(Ramayulis, 2013). Fakta tentang panna cotta menggiring gagasan untuk membuat panna cotta lebih sehat dikonsumsi dengan lemak yang lebih rendah dan protein yang lebih tinggi dari penambahan bahan susu kedelai. Selain itu, hidangan yang diolah dengan bahan utama susu kedelai juga masih belum marak dipasarkan. Susu kedelai dapat dicoba untuk menggantikan susu yang ada dalam panna cotta dengan tujuan mampu menjadi produk makanan bergizi dan ekonomis. Puding panna cotta susu kedelai selanjutnya disingkat Papa sule dibuat dengan kandungan lemak yang lebih rendah dari puding panna cotta biasa.

Papa Sule sebagai produk baru harus dilakukan pengujian preferensi konsumen terlebih dahulu. Durianto (2008) menjelaskan bahwa mengetahui preferensi konsumen terhadap produk baru penting untuk keberlanjutan produktifitas produk tersebut agar dapat memberikan keunggulan kompetitif tersendiri jika pesaing mulai berkembang. Analisis preferensi konsumen bisa dilakukan dengan melihat kinerja serta tingkat kepentingan atribut produk. Atribut produk meliputi dimensi-dimensi produk yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian. Haryadi (2007) memberikan contoh atribut produk yaitu harga, merek, harga jual kembali, desain kemasan dan ketersediaan produk. Salah satu unsur dalam kemasan adalah labelisasi dimana label yang baik adalah yang menuliskan kadar nutrisi suatu

produk. Beberapa atribut lain seperti harga dan ketersediaan produk dibuat berdasarkan permintaan yang ada di lapangan. Analisis preferensi konsumen dilakukan sebelum produk sampai di tangan konsumen, dengan tujuan menentukan atribut mana yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan kinerjanya. Berdasarkan uraian di atas terdapat gagasan untuk memanfaatkan susu kedelai yang bergizi tinggi menjadi puding panna cotta sebagai produk Papa Sule. Penelitian ini dimulai dengan penetapan formula terbaik produk Papa Sule dilanjutkan dengan pengidentifikasian atribut produk panna cotta yang akan menjadi atribut dari produk Papa Sule. Hasil analisis preferensi konsumen dengan importance-performance analysis bertujuan mengetahui atribut produk yang harus ditingkatkan kinerjanya dan yang harus dipertahankan kinerjanya dalam usaha mengoptimalkan daya saing produk.

KAJIAN TEORITIK

Panna Cotta

Panna cotta adalah puding khas Italia yang kaya akan rasa dibandingkan dengan jenis puding lain yang sering dijumpai. Panna cotta dikenal sebagai puding yang pengentalannya tidak menggunakan pati dan telur melainkan dengan gelatin (Gisslen, 2007). Gelatin memiliki fungsi utama sebagai gelling agent dengan fungsi memadatkan cairan namun konsistensinya berada pada titik antara padat

dan cair atau dengan istilah lain menghasilkan tekstur kenyal (Molina, 2009).

Karakteristik panna cotta memiliki tekstur yang lembut yang berasal dari penggunaan krim kental (heavy cream) pada pembuatannya. Krim kental merupakan produk olahan susu yang memiliki kadar lemak tinggi sekitar 20-35% dengan ciri-ciri berwarna putih agak kekuningan dan dijual dalam kemasan tetrapack (Nursaadah, 2007). Krim kental membawa ciri khusus ketika diolah dengan bahan lain menjadi suatu hidangan. Bittman (2012) menjelaskan adanya lemak yang lebih tinggi dari lemak pada susu menjadikan krim lebih kaya akan rasa, sedikit gurih dan memberi tekstur kental lembut pada masakan. Crocker (2011) menjelaskan pada sepori panna cotta (140gram) terkandung total energi 210 kkal. Kandungan gizi terbanyak adalah karbohidrat yang mencapai 12%, kemudian lemak 10% dan terakhir protein hanya berkisar 2,8%. Tingginya karbohidrat berasal dari penambahan gula pada panna cotta. Kandungan lemak yang juga tinggi didapat dari penggunaan krim dalam bahan pembuatan panna cotta.

Susu Kedelai

Susu kedelai adalah cairan berwarna putih yang berasal dari ekstrak kacang kedelai dengan penampakan dan komposisinya mirip produk susu sapi. Susianto (2007)

menjelaskan bahwa susu kedelai memiliki sekitar 9 kali lebih sedikit lemak jenuh dan 10 kali lebih banyak lemak sehat daripada susu sapi. Susu kedelai kaya akan lesitin, polisakarida, asam amino arginin dan glisin yang memiliki manfaat dapat mengontrol kadar glukosa darah sehingga ada pada batas normal (Cahyono, 2011). Kelebihan lain susu kedelai jenis protein dari kacang kedelai yang mudah dicerna oleh tubuh dan aman untuk penderita lactose intolerant (Ambarini & Effendi, 2008). Kedelai putih (*Glycyne max*) merupakan jenis kedelai yang digunakan sebagai bahan dasar pembuatan susu kedelai. Pemilihan jenis kedelai putih untuk diolah menjadi susu kedelai diungkapkan oleh Amrin (2003) dikarenakan kedelai putih memiliki kulit ari yang mudah terkelupas dengan perendaman.

Importance-Performance Analysis

Importance-performance analysis adalah teknik yang digunakan responden untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja suatu objek (Ong, 2014). Objek yang dimaksud didalamnya termasuk menilai sebuah organisasi, menilai kinerja perusahaan jasa, atau menilai suatu produk. Rumus yang digunakan dalam menetapkan tingkat kesesuaian responden menurut Supranto (2009) adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan

Langkah awal untuk melakukan *Importance Performance Analysis* atau analisis kuadran ini dengan menghitung rata-rata kepentingan dan kinerja pada setiap atribut dengan rumus yang telah disederhanakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menetapkan titik pada sumbu (x) dan (y) di dalam diagram kartesius dengan menghitung rata-rata masing-masing skor tingkat kinerja dan kepentingan setelah dibagi dengan jumlah poin atribut produk, dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{Xi}}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Yi}}{K}$$

Dimana

K = jumlah poin atribut

produk yang akan dinilai

Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus, nilai yang didapat akan dijabarkan dalam diagram kartesius yang terbagi atas 4 kuadran. Skor \bar{X} akan memotong tegak lurus sumbu horizontal atau (x) yang memiliki arti

tingkat kinerja produk. Sedangkan skor pada \bar{Y} akan memotong sumbu tegak lurus secara vertikal atau (y) yang memiliki arti kepentingan atribut pada produk. Penjelasan keempat kuadran pada diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 1.

\bar{Y} = Kepentingan

Prioritas Utama (<i>Concentrate Here</i>) I	Pertahankan Prestasi (<i>Keep Up the Work</i>) II
III (<i>Low Priority</i>) Prioritas Rendah	IV (<i>Possible Overkill</i>) Berlebihan

\bar{X} = Kinerja

Gambar 1. Diagram *Importance-Performance Analysis*. Sumber: Supranto (2009)

Concentrate Here / Prioritas Utama / Kuadran I menunjukkan atribut atau indikator pada kuadran ini memiliki kepentingan cukup tinggi, namun memiliki kinerja yang dinilai konsumen kurang memuaskan. Kinerja atribut-atribut yang berada pada kuadran ini harus ditingkatkan agar dapat memuaskan konsumen.

Keep Up the Work / Pertahankan Prestasi / Kuadran II menunjukkan atribut pada kuadran ini adalah kekuatan produk karena memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Semua atribut dalam kuadran ini

harus dipertahankan kualitas kinerjanya karena tingkat kepentingan yang tinggi.

Low Priority / Prioritas Rendah / Kuadran III menunjukkan atribut memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerja yang kurang memuaskan. Atribut yang ada dalam kuadran ini bisa ditingkatkan kinerjanya setelah melakukan peningkatan kinerja pada kuadran I. Peningkatan kinerja bisa ditunda karena atribut dirasa konsumen tidak terlalu penting.

Possible Overkill / Berlebihan / Kuadran IV menunjukkan atribut memiliki tingkat kepentingan yang kurang penting namun kinerjanya sangat baik sehingga dinilai berlebihan. Atribut yang berada di kuadran ini bisa diabaikan kinerjanya karena memiliki tingkat kepentingan yang rendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan rancangan penelitian eksperimen. Rancangan percobaan yang digunakan pada penelitian ini adalah Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan dua kali pengulangan pada tiga formula produk Papa Sule. Ketiga formula produk Papa Sule yaitu formula A dengan rasio 20% krim dan 80% susu kedelai, formula B dengan rasio 25% krim dan 75% susu kedelai serta formula C dengan rasio 30% krim dan 70% susu kedelai. Formula terbaik didapatkan dari hasil uji hedonik terhadap ketiga formula awal. Formula terbaik diuji secara preferensi

konsumen dan dianalisis dengan Importance-Performance Analysis.

Sampel yang digunakan untuk uji hedonik 35 orang konsumen tidak terlatih. Teknik pengambilan sampel digunakan untuk uji preferensi konsumen didapat melalui teknik *sampling convenience random / accidental sampling*. Penentuan jumlah sampel minimal berdasarkan rumus proporsi dengan percobaan awal dilakukan kepada 35 orang didapatkan 86% merupakan konsumen panna cotta. berdasarkan proporsi tersebut didapatkan jumlah sampel minimal penelitian ini adalah 188 konsumen.

Hasil uji hedonik yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode ANOVA (*Analysis of Variances*) dengan taraf signifikansi 5% dan jika berbeda nyata akan dilanjutkan dengan uji lanjut Duncan's Multiple Range Test (DMRT). Analisis data preferensi konsumen menggunakan Importance-Performance Analysis untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap tiap-tiap atribut produk Papa Sule. Hasil dari penilaian selanjutnya dirata-rata dan dianalisis dalam Importance-performance matrix dimana sumbu (x) mewakili persepsi atau hasil penilaian kepentingan dan sumbu (y) adalah harapan atau hasil penilaian kinerja. Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus, nilai yang didapat diplot ke dalam diagram kartesius.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan Formula Terbaik

Formula terbaik produk *Papa Sule* ditentukan melalui uji hedonik dengan cara menilai atribut rasa, aroma dan tekstur. Hasil rerata skor atribut pada ketiga formula ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 2. Rerata Skor Uji Hedonik

Atribut	Formula		
	A	B	C
Rasa	3,91	3,71	4,43
Aroma	3,91	3,6	4,26
Tekstur	3,31	3,54	4,09

Hasil perhitungan rerata uji hedonik terhadap atribut rasa, aroma dan tekstur menjelaskan bahwa konsumen memberi nilai paling tinggi pada formula C. Formula terbaik yang digunakan pada penelitian ini didapat dari uji hedonik ketiga formula produk Papa Sule. Formula C (rasio krim 30% dan susu kedelai 70%) menjadi produk dengan nilai rata-rata tertinggi uji hedonik pada atribut rasa, tekstur dan aroma. Formula C merupakan formula dengan jumlah krim cair terbanyak sehingga dianggap paling mirip dengan panna cotta. Hasil analisis ANOVA pada ketiga formula menunjukkan perbedaan nyata karena nilai signifikansi kurang dari alpha 0,05. Berdasarkan hal tersebut, formula C produk Papa Sule ini telah disukai sebagai varian baru produk puding panna cotta. Penilaian kesukaan memberi arti bahwa responden

telah memiliki preferensi pada produk baru yang telah dievaluasi (Wijaya, 2008).

Analisis Preferensi Konsumen

Panna cotta sebagai produk dasar dari Papa Sule dilakukan identifikasi atribut yang dipentingkan terlebih dahulu. atribut yang dirasa penting oleh konsumen pada produk panna cotta antara lain atribut rasa, aroma, tekstur, warna dan kemasan. kelima atribut kemudian dikembangkan menjadi 10 indikator. Masing-masing indikator dinilai tingkat kepentingan dan kinerjanya pada produk Papa Sule.

Langkah awal dalam melakukan Importance-Performance Analysis (IPA) adalah proses tabulasi data skor tingkat kepentingan dan kinerja yang didapat dari pengisian kuisioner oleh responden. Sumbu X menyatakan nilai rerata kinerja dan sumbu Y menyatakan skor rerata tingkat kepentingan pada indikator produk.

Berdasarkan tabulasi data yang telah dilakukan pada Tabel 2 menunjukkan rasa produk merupakan atribut yang paling dipentingkan dalam produk Papa Sule.

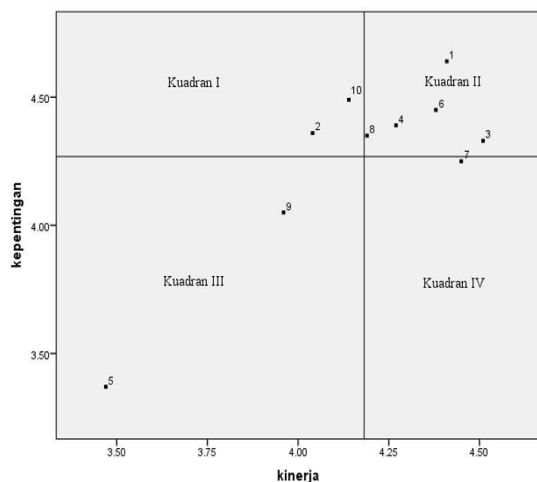
Tabel 2. Rerata Skor Kepentingan dan Kinerja

No	Atribut	Indikator	Rerata Tingkat	
			Kepentingan	Kinerja
1	Rasa	Rasa puding	4,64	4,41
2	Tekstur	Tekstur puding saat di dalam mulut	4,36	4,04
3		Tekstur puding mudah ditelan	4,33	4,51
4		Tingkat kekokohan puding	4,39	4,27
5	Aroma	Terdapat aroma vanilla	3,37	3,47
6		Aroma keseluruhan tidak langu	4,45	4,38
7	Warna	Warna puding	4,25	4,45
8	Kemasan	Kesesuaian ukuran kemasan	4,35	4,19
9		Kemasan tidak berembun	4,05	3,96
10		Kelengkapan informasi pada label	4,49	4,14
Rata-rata			4,26	4,18

Langkah selanjutnya adalah plotting skor rerata indikator pada diagram kartesius. Berdasarkan plotting data kuadran kartesius

seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2, indikator adanya aroma vanilla pada produk (nomor 5) merupakan data outlier. Data outlier

adalah data yang menjauh dari kumpulan kelompok data yang lain sehingga menjadi perhatian khusus. Aroma vanilla yang ada pada Papa Sule menjadi atribut yang harus diperhatikan karena menjadi data outlier. Aroma vanilla tidak terlalu dipentingkan oleh konsumen namun tetap diharapkan ada pada produk Papa Sule. Hal tersebut diperkuat dengan penjelasan Kelly dan Bryman (2016) bahwa aroma vanilla telah menjadi ciri khas pada puding panna cotta. Cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja indikator ini adalah dengan menambahkan ekstrak vanilla pada produk Papa Sule.



Gambar 2. Diagram Kartesius Importance-Performance Analysis Papa Sule

Kuadran I (Prioritas Utama/ Concentrate Here)

Kuadran I adalah wilayah kuadran dimana atribut dinilai konsumen kurang memuaskan secara kinerja namun memiliki tingkat kepentingan yang tinggi terhadap produk. Hal

tersebut membuat indikator yang berada pada kuadran I harus menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya. Indikator yang termasuk dalam kuadran I adalah sebagai berikut:

Indikator Nomor 2 (Tekstur Puding di Dalam Mulut)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 4,04 yang berarti kinerja produk agak lunak dan sedikit kenyal. Sumbu Y di titik 4,36 memiliki arti menurut responden indikator dinilai agak penting. Tekstur puding yang kenyal di dalam mulut merupakan atribut penting yang harus ditingkatkan kinerjanya. Tingkat kepuasan yang rendah akan sebuah kinerja atribut mempengaruhi preferensi konsumen dalam pemilihan produk (Wijaya, 2008). Tekstur lembut pada puding panna cotta didapat dari bahan utama krim kental. Peningkatan kinerja indikator tekstur *Papa Sule* di dalam mulut bisa dilakukan dengan penambahan jumlah krim namun tetap pada batas rasio dibawah rasio maksimal 35%.

Indikator Nomor 10 (Kelengkapan Informasi pada Label)

Indikator yang memotong sumbu X di titik 4,14 dengan arti kinerja indikator jelas namun masih kurang lengkap. Sumbu Y di titik 4,49 memberikan arti kepentingan indikator ini dinilai agak penting oleh responden. Fungsi lain kemasan adalah untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan konsumen sehingga penting untuk dituliskan dengan rinci

dan jelas apa saja informasi yang mungkin menjadi penting bagi konsumen.



Gambar 3. Labelisasi Produk Papa Sule

Proses penulisan informasi produk atau disebut labelisasi ini adalah salah satu upaya mempermudah konsumen yang mungkin dilakukan konsumen. Menurut Yuyun (2010) beberapa hal dasar yang harus ada pada sebuah kemasan makanan antara lain nama produk, berat bersih, nama dan alamat produsen, komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, dan cara simpan. Jika dilihat dari Gambar 3 yang merupakan desain label kemasan *Papa Sule*, yang belum diletakkan adalah informasi mengenai nama dan alamat produsen serta tanggal kadaluarsa.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi / *Keep Up the Work*)

Kuadran II adalah wilayah yang memuat atribut atau indikator yang dianggap penting oleh konsumen dan atribut atau indikator tersebut sudah sesuai dengan yang diharapkan. Atribut atau indikator yang ada pada kuadran II harus tetap dipertahankan karena mampu meningkatkan rasa percaya konsumen akan produk.

Indikator Nomor 1 (Rasa Produk)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 4,04 yang berarti kinerja produk kurang manis dan sedikit rasa gurih krim. Sedangkan pada tingkat kepentingan dinilai agak penting dengan data yang ditunjukkan sumbu Y di titik 4,36. Kinerja rasa pada produk tidak terlepas dari rasa khas dari krim cair yang sedikit gurih karena kandungan lemak yang tinggi (Durand, 2013). Indikator rasa yang spesifik menjadi penting bagi responden untuk menilai kualitas produk. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Ferrinadewi (2008) bahwa atribut rasa dapat menjadi suatu langkah pemasaran sehingga penting untuk disesuaikan dengan konsumen.

Indikator Nomor 3 (Puding Mudah Ditelan)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 4,51 yang berarti kinerja produk mudah ditelan. Sumbu Y sebagai wilayah tingkat kepentingan produk, pada indikator ini berada di titik 4,33 yang berarti indikator dinilai agak penting. Indikator yang dinilai agak penting tidak bisa langsung diabaikan karena indikator tersebut bisa mendeskripsikan produk dengan baik (Susri, 2010). Tekstur lunak yang mudah ditelan berasal dari tekstur khas krim cair. Kadar lemak yang lebih tinggi dari lemak susu memberi tekstur kental dan lembut pada hidangan yang diolah dengan bahan krim cair (Bittman, 2012).

Indikator Nomor 4 (Tingkat Kekokohan Puding)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 4,27 yang berarti kinerja produk semi keras dengan

permukaan sedikit cair. Sumbu Y sebagai wilayah tingkat kepentingan produk, pada indikator ini berada di titik 4,39 yang berarti indikator dinilai agak penting. Tingkat kekokohan produk didapat dari tekstur krim cair dan dikombinasikan pemakaian gelatin sebagai bahan pengikat.

Indikator Nomor 6 (Aroma Keseluruhan Tidak Langu)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 4,38 yang berarti kinerja produk agak tidak langu. Tingkat kepentingan produk berada pada sumbu Y dengan titik 4,45 yang berarti indikator dinilai agak penting. Pada proses pembuatan produk *Papa Sule*, susu kedelai dipanaskan dengan 2 tahap yang pertama sesaat setelah kacang kedelai dihancurkan dan yang kedua saat pemasakan dengan krim cair. Pemberian perlakuan panas yang berkala akan mampu merusak sistem enzim dalam kedelai dan aroma langu dapat diminimalisir (Rokhayati, 2011).

Indikator Nomor 8 (Kesesuaian Ukuran Kemasan)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 4,19 yang berarti kinerja ukuran produk sedikit kurang dan sumbu Y yang berarti indikator dirasa agak penting. *Papa Sule* berhasil dibuat dengan kuantitas yang hampir sepadan dengan hidangan penutup (*dessert*). Ukuran *Papa Sule* yang 100 gram/porsi harus ditambahkan kira-kira 25-75 gram/porsi. Diperjelas oleh Boyle (2015) bahwa secara umum puding *panna cotta* memiliki berat

bersih puding setiap porsi berkisar antara 125-175 gram.

Kuadran III (Prioritas Rendah/Low Priority)

Indikator yang berada pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh responden dan kinerja pada atribut ini dinilai kurang memuaskan. Kinerja indikator pada kuadran ini dapat ditingkatkan setelah indikator pada kuadran I (prioritas utama) sudah memiliki kinerja yang maksimal (Supranto, 2009). Terdapat dua indikator yang termasuk dalam kuadran III atau prioritas rendah diantaranya adalah:

Indikator Nomor 5 (Terdapat Aroma Vanilla)

Indikator ini memotong sumbu X di titik 3,47 yang berarti hanya terdapat sedikit aroma vanilla pada produk. Sedangkan pada sumbu Y dengan titik 3,37 memberi arti tingkat kepentingan produk dianggap biasa saja oleh responden. Indikator adanya aroma vanilla pada produk hanya memberi kontribusi yang kecil terhadap pembentukan preferensi konsumen. Wijaya (2008) menuturkan bahwa preferensi konsumen sulit terbentuk jika produk memiliki kinerja kurang memuaskan. Indikator tetap harus ditingkatkan kinerjanya dengan menambah ekstrak vanilla.

Indikator Nomor 9 (Kemasan Tidak Berembun)

Indikator berada pada sumbu X pada titik 3,96 yang berarti terdapat embun kecil-kecil yang rata ada diseluruh permukaan kemasan dan sumbu Y pada titik 4,05 yang berarti indikator

agak penting ada pada produk *Papa Sule*. Adanya embun pada kemasan merupakan hasil dari pendinginan secara berkala produk *Papa Sule*. Pendinginan dengan 2 tahap juga merupakan cara dalam pendinginan produk dasar puding *panna cotta* (Ganeshram, 2016). Berdasarkan kuisisioner, indikator masih dirasa penting oleh konsumen sehingga lebih baik kinerja indikator tetap ditingkatkan ditingkatkan. Peningkatan kinerja bisa dengan proses penutupan kemasan dilakukan saat produk sudah dalam keadaan dingin.

Kuadran IV (Berlebihan/*Possible Overkill*)

Kuadran ini berisi indikator yang dianggap berlebihan oleh responden namun produsen menganggap penting. Kuadran IV ditempati oleh indikator yang secara kepentingan tidak memberi kontribusi besar pada produk namun memiliki kinerja yang maksimal (Supranto, 2009). Indikator yang berada pada kuadran ini adalah indikator nomor 7 yaitu warna produk.

Sumbu X pada titik 4,45 yang mewakili nilai kinerja memberi arti warna produk putih. Sumbu Y pada titik 4,25 yang berarti indikator warna dinilai agak penting ada pada produk *Papa Sule*. Konsumen merasa dengan tingkat kepentingan tidak terlalu tinggi, indikator warna produk sudah cukup memuaskan. Indikator warna produk memiliki kecenderungan dapat diabaikan kinerjanya karena kepentingan dari indikator tidak

mempengaruhi konsumen dalam memilih produk.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Papa Sule (Puding Panna Cotta Susu Kedelai) ini adalah formula terbaik produk Papa Sule adalah formula C dengan rasio krim cair 30% dan susu kedelai 70%. Atribut panna cotta yang dianggap penting oleh konsumen adalah rasa, tekstur, aroma, warna dan kemasan produk. Kelima atribut tersebut dikembangkan dalam 10 indikator. Berdasarkan hasil Importance-Performance Analysis (IPA) indikator yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah indikator tekstur produk di dalam mulut dan indikator kelengkapan informasi pada label. Indikator aroma vanilla dan indikator adanya embun pada kemasan lebih baik ditingkatkan kinerjanya tapi tidak menjadi prioritas utama. Indikator warna produk bukan hal yang penting bagi konsumen dalam memilih produk Papa Sule sehingga bisa diabaikan. Kelima indikator lain yaitu rasa produk, tingkat kekokohan produk, tekstur mudah ditelan, aroma keseluruhan tidak langu, kesesuaian ukuran kemasan merupakan indikator dengan tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang memuaskan sehingga perlu dipertahankan kualitas kinerjanya. Indikator yang memiliki kinerja memuaskan

akan menjadi daya tarik produk Papa Sule saat dipasarkan.

REFERENSI

Ambarini, & Effendi, Y.H. 2008. Menu Sehari-hari Untuk Sebulan: Golongan Darah O. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Amrin, T. 2003. Seri Agritekno: Susu Kedelai. Depok: Penebar Swadaya.

Ayustaningwarno, F., Retnaningrum, S., Safitri, I., Anggraheni, N., & Suhardinata, F. 2014. Aplikasi Pengolahan Pangan. Yogyakarta: Deepublish.

Bittman, M. 2012. How to Cook Everything. The Basics: All You Need to Make Great Food. New Jersey: John Wiley & Sons.

Boyle, T. 2015. Flavorful: 150 Irresistible Desserts. Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing.

Cahyono, A.D. 2011. Manfaat Susu Kedelai Sebagai Terapi Penurun Kadar Glukosa Darah pada klien Diabetes Mellitus. *Jurnal AKP*. Vol 2 No 2. Hal 28-37.

Crocker, B. 2011. Cook Book: 1500 Recipes for the Way You Can Cook Today. New Jersey: John Wiley & Sons.

Durand, F. 2013. Bakeless Pudding: Pudding, Panna Cotta, Fluff, Icebox Cake and More No-Bake Dessert. New York: Stewart, Tabori & Chang.

Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L.J. 2008. Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ferrinadewi, E. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Fitriani, F.F. 2014. Lembut dan Manis Rasa Panna Cotta, Manis Juga Laba Bisnisnya.

Ganeshram, R. 2016. Cooking with Coconut. North Adams: Storey Publishing.

- Gisslen, W. 2007. Professional baking 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Haryadi, A. 2007. Kiat Membuat Promosi Penjualan Secara Efektif dan Terencana. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kelly, L. & Bryman, H. 2016. The Healthy Bones Nutrition Plan and Cookbook: How to Prepare and Combine Whole Foods to Prevent and Treat Osteoporosis Naturally. Vermont: Chelsea Green Publishing.
- Molina, X. 2009. Travelling Through Desserts: Best Dessert of Europe and Middle East. US: Createspace Independent Publishing Platform.
- Muaris, H. 2006. Kue Basah Dan Susu Kedelai. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nursaadah. 2007. Praline Permen Coklat Sejuta Rasa dan Tampilan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Ong, J.S & Pambudi, J. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (persero). *Jurnal TI Undip*. Vol 9 No 1. Hal 1-10.
- Ramayulis, R. 2013. Makanan Sehat Atasi Berbagai Penyakit. Jakarta: Penebar Swadaya Plus.
- Rokhayati, U.A. 2011. Pengaruh Penggunaan Asam Cuka dan Substitusi Susu Kedelai Terhadap Bau Tahu Susu. *Jurnal Inovasi*. Vol 8 No 1. Hal113-122.
- Setioningsih, E., Setiyaningsih, R & Susilowati, A. 2007. Pembuatan Minuman Probiotik dari Susu Kedelai dengan Inokulum *Lactobacillus casei*, *Lactobacillus plantarum*, dan *Lactobacillus acidophilus*. *Jurnal Bioteknologi*. Vol 1 No 1. Hal 1-6
- Supranto, J. 2009. Proposal Penelitian dengan Contoh. Jakarta: UI Press.
- Susianto. 2007. Diet Enak Ala Vegetarian. Jakarta: Penebar Plus.
- Susrini, N.K. 2010. Cara Gampang Bikin Toko Online. Jakarta: Grasindo.

Wijaya, M. A. 2008. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Yuyun, A. 2010. 38 Inspirasi Usaha Makanan Minuman untuk Home Industry. Jakarta: PT AgroMedia Pustaka.