

4. PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen pengembangan produk berupa inovasi penyajian tahu gimbal yang digulung dengan menggunakan beberapa jenis kulit *Asian spring roll*. Kulit yang digunakan pada penelitian ini yaitu kulit *spring roll* yang biasanya digunakan di daerah Asia, yakni 1) kulit lumpia yang biasa digunakan oleh Negara Indonesia dan Filipina, 2) *puff pastry* yang digunakan di India, Vietnam, Singapura, bahkan Indonesia. 3) Kulit *spring roll* versi Chinese, dan 4) *rice paper* seperti *spring roll* Vietnam. Penggunaan kulit-kulit ini dipilih berdasarkan bahan yang sudah umum di masyarakat dan mudah ditemukan, sehingga orang awam tidak terkejut pada produk yang digunakan. Karakter dari masing-masing *wrappers* ini akan memberikan pengaruh pada penampilan, aroma, tekstur dan rasa, sehingga parameter ini digunakan untuk menjadi tolok ukur penilaian produk inovasi.

4.1. Wrappers

Keempat *wrappers* yang digunakan memiliki karakter yang berbeda seperti kulit lumpia yang dibuat dari tepung terigu, air, dan telur (opsional). Kulit lumpia memiliki ketebalan yang tipis, sehingga lebih transparan, memiliki rongga (terlihat berpori), dan berbentuk bundar. Biasanya kulit lumpia dijual dalam bentuk tumpukan, dan karena memiliki sifat yang begitu mudah kering, maka harus dibasahi atau diperciki air sedikit sebelum digunakan. dan dipisahkan perhelainya. Kulit lumpia berbahan dasar tepung terigu memiliki karakter yang tidak berasa dan tidak berbau, dan menjadi krispi setelah digoreng (Fitriana, et al, 2015).



Gambar 3. Kulit Lumpia (Sumber : dokumentasi pribadi)

Pastry atau yang lebih dikenal sebagai kue *pastry* biasanya diolah dengan cara dipanggang pada suhu cukup tinggi dan menghasilkan adonan berlapis-lapis (*flaky*). Adonan *pastry* pada dasarnya terbuat dari tepung gandum, lemak (*shortening* atau *mentega*), dan air. Perbedaan adonan *pastry* dengan adonan kue lainnya yaitu pada lemak yang banyak digunakan. *Pastry*

dibuat dengan banyak lemak ditujukan agar memberi hasil tekstur yang *flaky*, renyah dan mudah hancur setelah pemasakan (Wickramarachchi, et all. 2015).



Gambar 4. Puff Pastry (Sumber : dokumentasi pribadi)

Sedangkan kulit *spring roll* (Chinese) mirip seperti kulit lumpia namun lebih tebal dan lebih padat karena terbuat dari tepung gandum. Kulit *Spring roll* (Chinese), memiliki ciri khas berbentuk persegi. Ketebalannya bila dibandingkan dengan kulit lumpia maka kulit *spring roll* ini lebih tebal, warna lebih cenderung putih. Bahan dasar yang digunakan dalam pembuatannya yaitu tepung gandum atau tepung terigu dan air, tanpa menggunakan telur. Saat digoreng, kulit *spring roll* memiliki tekstur yang renyah dan tetap halus karena sedikit memiliki ketebalan. Sama seperti kulit lumpia, kulit *spring roll* juga mudah ditemukan di supermarket. berbentuk persegi dan berlembar-lembar. Kelembapan dalam kulit *spring roll* ini harus dijaga agar tidak mengering dan susah dipisahkan. (Aranas, 2006).



Gambar 5. Kulit Spring Roll (Spencer, 2018)

Rice paper dibuat dengan mudah, bahan dasar tepung beras dan air, yang dicampur hingga terbentuk pasta tepung beras. Kemudian dituangkan secara tipis pada wadah berbentuk bulat (misalkan baskom *stainless*) dan di *steam* sekitar satu menit, lalu diambil dikeringkan hingga menjadi padat seperti kerupuk. *Rice paper* padat yang berwarna putih bening, memiliki ketebalan sekitar 0,16mm, tidak memiliki rasa. *Rice paper* dapat diolah dengan digoreng seperti kerupuk ataupun dibahas dengan dicelupkan pada air hangat. Tekstur *rice paper* berupa

reversible dimana setelah dicelupkan pada air hangat yaitu akan kembali pada bentuk yang sangat lentur dan lembek. Kulit ini dapat digunakan tanpa perlu dilakukan pemasakan lebih lanjut (Spencer, 2018).



Gambar 6. Rice Paper (Spencer, 2018)

4.2. Observasi

Tahap pertama atau observasi dilakukan untuk mengetahui tanggapan masyarakat mengenai tahu gimbal dan adanya inovasi tahu gimbal. Observasi dilakukan dengan memberi pertanyaan terbuka kepada beberapa narasumber yaitu 5 produsen tahu gimbal, 5 konsumen tahu gimbal dan 5 penyuka tahu gimbal, dengan total 15 narasumber. Heryana (2018) menjelaskan bahwa informan yang dibutuhkan untuk pengambilan data wawancara tidak ada batas minimum dan dilakukan tergantung oleh peneliti. Peneliti dapat menambah jumlah informan, mengurangi bahkan mengganti informan bila tidak kooperatif dalam wawancara. Pada penelitian ini syarat tercapainya observasi apabila informasi yang didapat telah cukup yaitu terdapat lebih dari setengah narasumber yang setuju dengan adanya inovasi produk tahu gimbal gulung. Pertanyaan kepada konsumen pasti tahu gimbal dapat dilihat pada Lampiran 9. dan pertanyaan untuk produsen tahu gimbal dapat dilihat pada Lampiran 10.

Pada 5 narasumber penyuka tahu gimbal, didapatkan hasil bahwa 2 orang kurang menyukai tahu gimbal karena kurang menyukai bumbu kacang dan tidak suka dengan perpaduan bahannya, namun masih dapat mengonsumsi tahu gimbal. Sedangkan 3 narasumber lainnya dan konsumen tahu gimbal memilih sangat menyukai dan cukup menyukai tahu gimbal dikarenakan mengenyangkan, rasa enak dan gurih, menyukai komposisi dan perpaduan bahan seperti udang dan tahu, menyukai teksturnya, serta menyukai bumbu kacang. Akan tetapi tahu gimbal tidak selalu menjadi pilihan utama dalam memilih makanan ketika lapar. Ayam goreng krispi dan makanan resto lainnya menjadi pilihan ketika lapar. Terhadap pertanyaan setuju dan tertarik dengan adanya inovasi tahu gimbal, 2 narasumber tidak setuju dengan adanya inovasi karena sudah cukup suka dan menikmati tahu gimbal versi biasa. Sedangkan 8 narasumber

(termasuk yang kurang menyukai tahu gimbali) tertarik dengan adanya inovasi tahu gimbali dan berharap adanya inovasi di penampilan, varian rasa dan isi, pengemasan, dan inovasi saus kacangnya. Pertanyaan terakhir adalah tanggapan mengenai tahu gimbali yang digulung (seperti lumpia), 10 narasumber setuju dan penasaran dengan hasilnya.

Observasi yang dilakukan kepada 5 produsen tahu gimbali didapatkan bahwa konsumen atau peminat tahu gimbali menurun, terutama pada tahun 2020. Ketika narasumber ditanya berminat untuk melakukan inovasi atau tidak, dua dari tiga narasumber ingin melakukan inovasi seperti inovasi topping dan bahan. Ketika diberi tahu ide mengenai tahu gimbali gulung yang akan dilakukan untuk penelitian ini, kelima narasumber setuju dan mendukung dengan adanya inovasi tersebut. Dengan adanya dukungan dari 15 narasumber untuk melakukan inovasi tahu gimbali gulung, maka dilakukanlah inovasi tahu gimbali gulung dengan menggunakan kulit atau *wrappers spring rolls*.

4.3. Penelitian Pendahuluan

Penelitian pendahuluan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dari empat kulit yang digunakan, mana kulit yang cocok dikombinasikan dengan tahu gimbali, untuk menentukan ukuran, porsi dan bentuk yang sesuai dengan keinginan konsumen, serta mengetahui efektivitas penyajian inovasi tahu gimbali. Inovasi produk yang dilakukan akan mempengaruhi penampilan, aroma, tekstur, rasa yang berbeda sehingga atribut inilah yang digunakan sebagai parameter dan dibutuhkan total penerimaan secara keseluruhan dari parameter. Hasil yang didapat yaitu dua kulit yang terpilih adalah kulit lumpia dan *rice paper*. Ukuran dan porsi sudah cukup, serta produk inovasi dianggap lebih efisien dan efektif daripada tahu gimbali dalam penyajian pada umumnya. Parameter yang digunakan yaitu penampilan, aroma, tekstur, rasa dan *overall*.

Pada penelitian ini, dilakukan beberapa pertanyaan (Lampiran 8) pendukung, mengenai ukuran porsi, kepraktisan, dan penerimaan produk yang akan dibeli. Dari 40 responden diketahui bahwa 28 responden setuju bahwa porsi yang dihidangkan sudah cukup, 4 responden memilih terlalu besar dan 8 orang berpendapat bahwa porsi yang disajikan kurang. Selanjutnya pada pertanyaan kemudahan dan kepraktisan untuk dikonsumsi, 34 responden setuju bahwa produk yang disajikan lebih mudah dikonsumsi dan praktis dibawa daripada tahu gimbali pada umumnya. Dari dua pertanyaan pendukung ini dapat disimpulkan bahwa porsi produk sudah cukup dan hanya memerlukan perbaikan dari sisi bentuk agar terlihat lebih rapi, serta produk

yang dibuat cukup praktis untuk dikonsumsi dalam kondisi apapun karena dapat dikonsumsi tanpa memerlukan alat makan.

Lalu pada pertanyaan pendukung terakhir, ditanyakan produk yang disukai dan akan dibeli bila produk dipasarkan, terdapat 16 suara untuk produk S4 dimana tahu gimbal digulung dengan *rice paper*, 14 suara untuk produk S1 yang menggunakan kulit lumpia, 8 responden memilih S3 tahu gimbal dengan kulit *spring roll*, 1 responden tertarik untuk membeli produk S2 dengan kulit *puff pastry*, dan terdapat 1 responden yang tidak menjawab dan dapat diartikan responden belum tertarik pada hasil inovasi produk ini. Oleh karena produk S1 dan S4 memiliki suara yang hampir sama dan melebihi dari 20% suara, maka nilai ini digunakan sebagai pendukung untuk menentukan kombinasi produk yang paling layak untuk dibuat dan dipasarkan.

4.3.1. Penampilan

Penampilan (*appearance*) merupakan analisa sensori pertama bagi konsumen karena menggunakan indra penglihatan. Hanya dengan melihat, konsumen dapat mengidentifikasi atau menyeleksi suatu produk dalam segi warna, bentuk, ukuran, dan tekstur. Penampilan juga memberikan persepsi penerimaan suatu produk, karena hanya dengan melihat penampilan yang menarik tanpa mencium atau merasakan produk, sudah memberi poin tambahan pada produk tersebut (Lawless dan Hildegarde, 2010).

Hasil yang didapatkan pada analisis sensori pertama dengan menggunakan analisis SPSS *non-parametric Kruskal Wallis*, didapatkan hasil *Asymp. Sig.* pada semua parameter yaitu kurang dari 0,05. Hal ini memiliki arti bahwa terdapat perbedaan nyata pada setiap perlakuan, sehingga dibutuhkan analisis lanjut menggunakan *Mann-Whitney* guna mengetahui antar perlakuan mana yang memiliki perbedaan yang nyata. Setelah dilakukan uji lanjutan *Mann-Whitney* (dilihat Tabel 2.) dapat disimpulkan bahwa penampilan secara berurutan dari yang paling menarik hingga kurang menarik yaitu S4, S1, S3, dan S2.

Wrapper dari *rice paper* dianggap paling menarik karena memiliki penampilan yang berbeda dari produk yang lainnya yaitu transparan. Dimana bahan atau kondimen isian menjadi terlihat dan lebih berwarna. Hal ini setara dengan pernyataan Granato dan Masson (2010) bahwa pada parameter khususnya warna, warna yang menarik dan cenderung lebih cerah sangat berpengaruh pada persepsi rasa dan harapan, serta memberi pengaruh besar akan penerimaan keseluruhan. Sedangkan *wrapper* dari kulit lumpia, *puff pastry*, dan kulit *spring roll* memiliki

warna coklat karena melalui proses penggorengan. Tahu gimbal gulung dengan kulit *puff pastry* paling tidak sukai dari penampilan karena memiliki bentuk yang tidak rata atau memiliki lekukan dan bergelombang (Nguyen, 2009). Produk S3 dan S1, memiliki merupakan produk yang hampir sama dalam pembuatannya, namun bahan utama yang digunakan berbeda, pada S3 atau kulit *spring roll* bahan yang digunakan adalah tepung gandum utuh (*wheat flour*) sedangkan S1 dari kulit lumpia menggunakan tepung terigu. Bahan utama inilah yang membuat karakter masing-masing berbeda, dimana produk S3 menjadi lebih terlihat kompak dan keras dibanding S1 kulit lumpia yang terlihat lebih renyah dan empuk.

4.3.2. Aroma

Lawless dan Hildegard (2010) menyatakan bahwa aroma diterima oleh indra penciuman atau hidung dan melewati jaringan-jaringan olfaktori di bagian belakang hidung. Sensitivitas penciuman manusia dapat mendeteksi berbagai macam aroma seperti belerang, gas, bahkan senyawa pada makanan seperti aroma jeruk, mint, herbal, bau amis, bau tikus, bahkan bau gosong. Aroma menjadi parameter pendukung dimana aroma yang harum atau lezat akan mempengaruhi persepsi konsumen sebelum mencoba atau bahkan melihat.

Pada parameter aroma, responden diharuskan memilih produk yang beraroma lebih pekat hingga ke produk yang kurang pekat. Hal ini dilakukan untuk memberikan penilaian terhadap produk yang lebih beraroma dan disukai, dikatakan oleh Lawless dan Hildegard (2010) bahwa konsumen akan lebih bereaksi senang terhadap aroma yang lebih kaya dari pada yang tidak. Hasil pada uji *Kruskall Wallis* secara berurutan dari aroma yang lebih menyengat dan pekat yaitu S1, S4, S3 dan S2, diketahui pula bahwa semua perlakuan memiliki perbedaan, sehingga perlu di uji dengan *Mann-Whitney*. Hasil dari uji kedua (Tabel 2) bahwa sampel S1 dari kulit lumpia dan S4 dari *rice paper* tidak memiliki perbedaan aroma yang signifikan dalam hal aroma yang lebih menyengat. Sedangkan S2 dari kulit *pastry* tidak memiliki perbedaan aroma dari S3 kulit *spring roll* dalam segi aroma yang tidak lebih menyengat. Pada hasil pengolahan data produk S1 dan S4 terlihat hasil yang menunjukkan tidak adanya perbedaan yang nyata dengan produk. Artinya responden yang menyukai kedua produk ini hampir setara. Pada produk S4 digunakan *rice paper* sebagai kulit, dan tidak dilanjut ke proses pemasakan. Hal ini menjadikan produk S4 memiliki aroma yang kaya berasal dari bahan isian seperti udang goreng dan kesegaran dari sayur kubis. Namun produk S1 dianggap lebih mengeluarkan aroma karena produk ini melalui tahap pemasakan yaitu digoreng. Produk yang digoreng memiliki aroma yang lebih menyengat karena terjadi proses autoksidasi dan dekomposisi produk yang

digoreng. Lemak dari minyak dan produk yang digoreng terhidrolisis dan menghasilkan asam lemak yang reaktif dan memberi pengaruh rasa dan aroma yang enak (Perkins, 2007). Produk S2 dan S3 tidak memiliki aroma yang terlalu kuat. Hal ini karena kulit yang digunakan yaitu *puff pastry* dan *spring roll*, memiliki ketebalan lebih daripada produk S1 dan S3, sehingga aroma dari bahan isian pun juga tidak terlalu keluar.

4.3.3. Tekstur

Atribut sensori dalam hal tekstur pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengkategorikan tekstur paling keras hingga terlembut, namun tidak sebagai penentu tekstur yang disukai. Dari hasil yang didapatkan pada uji *Kruskall Wallis* didapatkan hasil *Asymp. Sig.* yang menunjukkan angka 0,000, berarti terdapat perbedaan antara perlakuan. Untuk mengetahui perbedaan yang terjadi antar perlakuan, dari hasil Mann Whitney didapatkan bahwa S1 tidak memiliki perbedaan dengan S3, sedangkan kedua ini berbeda dengan S2 dan S4 yang keduanya juga terlihat adanya perbedaan di tekstur.

Dari hasil tekstur didapatkan, S4 dengan *rice paper* memiliki tekstur yang paling lembut, disusul dengan S2 dengan kulit *puff pastry*, S1 dari kulit lumpia dan S3 dari kulit *spring roll* dimana memiliki poin hampir sama pada tekstur yang paling keras. Sampel S4 dari *rice paper* memiliki tekstur yang paling lembut karena sampel tidak dimasak atau tidak digoreng, sehingga kulit tidak mengeras dan lebih memiliki tekstur yang lembut dan kenyal. Hal ini karena *rice paper* terbuat dari tepung beras yang bila diberi air akan kembali menjadi lentur dan lembut (Spencer, 2018). Lalu pada produk S1, S2, dan S3 dilakukan proses pemasakan lanjut yaitu penggorengan. Hal ini memberikan tekstur yang lebih keras dibandingkan pada produk yang basah (S4). Suatu bahan yang digoreng akan mengurangi dan menghilangkan kelembaban karena adanya panas. Minyak akan meresap pada bahan dan menggantikan air, sehingga produk menjadi kering dan berminyak. (Perkins, 2007). Pada produk S2 tekstur yang dihasilkan yaitu mudah patah, hal ini karena bahan yang digunakan adalah adonan *pastry* yang dibuat dengan penambahan lemak (*shortening*), yang memang ditujukan agar produk menjadi berlapis dan mudah patah (Wickramarachchi, et al. 2015). Produk S1 dan S3 memiliki bahan utama yang hampir sama yaitu menggunakan tepung dan air, namun produk S1 yaitu kulit lumpia menggunakan tepung terigu dan S3 (kulit *spring roll*), sedangkan S3 sedikit lebih keras dan lebih padat karena terbuat dari tepung gandum (Aranas, 2006). Berdasarkan teori dari Lawless dan Hildegarde (2010) tekstur yang *chruuncy* atau *crispy* lebih disukai karena memberi sensasi yang menyenangkan saat mengunyah. Selain itu, tekstur yang renyah berhubungan juga

dengan tekstur suara (*auditory texture*). Dimana adanya suara tekstur yang masih renyah juga menandakan bahwa produk masih dalam kondisi yang baik, dan menjadi kenikmatan tersendiri makan oleh konsumen.

4.3.4. Rasa

(Chen dan Rosenthal, 2015) Rasa merupakan atribut terpenting pada suatu analisis sensori. Rasa biasanya menjadi penentu untuk suatu produk disukai atau tidak. Persepsi rasa yang dimaksud adalah rasa manis (gula), pahit (garam), asam, asin, dan umami yang didapat dari makanan dan dirasakan oleh lidah. Dalam aspek rasa, indra penciuman juga dapat berpengaruh terhadap persepsi rasa dimana fungsi penciuman dan perasa akan bersatu dan tercipta suatu flavor. Contoh dari flavor sendiri yaitu flavor buah seperti jeruk, strawberi, coklat, dan lainnya kecuali rasa manis, asin, asam, pahit dan umami.

Analisis sensori rasa yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keselarasan rasa. Sampel yang paling memiliki keselarasan rasa atau kecocokan rasa antara kulit dengan isian diberi *ranking* 1 dan menurun hingga *ranking* 4 untuk yang kurang selaras atau tidak padu antara kulit dan isi. Dari segi rasa yang paling selaras yaitu sampel S1 yang menggunakan kulit lumpia, kemudian S3 dengan kulit *spring roll*, S4 dengan *rice paper* dan terakhir S2 dengan kulit *pastry* yang dianggap lebih tidak selaras dibandingkan yang lainnya. Parameter rasa tidak hanya dipersepsikan oleh lidah namun terdapat beberapa aspek yang saling mendukung. Dalam *Flavour Perception : Aroma, Taste and Texture Interaction* (2007) dikatakan bahwa tekstur, aroma dan rasa saling memiliki interaksi. Rasa dipengaruhi oleh tekstur terutama perubahan sifat reologi atau pola pengunyahan. Atribut rasa pada penelitian ini dipengaruhi oleh kulit yang digunakan, karena isi yang digunakan sama dan setara. Produk S1 lebih disukai karena menggunakan kulit lumpia yang memiliki tekstur renyah sehingga saat mengonsumsi perpaduan rasa dari tahu gimbal dan kerenyahan kulit lumpia menjadi satu dan selaras untuk dinikmati. Begitu pula pada produk S3 yang menggunakan kulit *spring roll*, tidak berbeda jauh dari S1, namun tekstur yang didapatkan sedikit lebih tebal dan padat dari S1. Pada produk S4 keselarasan rasa yang didapatkan sedikit berbeda karena kulit yang digunakan adalah *rice paper* dimana produk memiliki tekstur yang kenyal dan hambar. Cita rasa yang didapatkan yaitu gurih dari tahu gimbal dan kenyal-lembut dari *rice paper* yang digunakan. Sedangkan pada produk S2 didapatkan keselarasan rasa yang paling rendah, hal ini dikarenakan kulit yang dihasilkan pada penelitian ini sedikit tebal dan bertekstur mudah patah. Tekstur yang mudah pada produk S2 karena menggunakan *puff pastry* yang dibuat dengan menggunakan

lemak yang memang ditujukan agar setelah dipanggang aka memberi tekstur yang *flaky*, renyah dan mudah hancur (Wickramarachchi, et all. 2015).

4.3.5. Overall

Pada parameter total penerimaan ini, yang secara berurutan dari paling diterima yaitu sampel S3, S1, S4 dan terakhir S2. Semua sampel memiliki perbedaan yang nyata kecuali, S1 dan S3 yang ditemukan tidak memiliki perbedaan yang signifikan dari hasil uji *Mann-Whitney*. Total penerimaan merupakan penilaian secara keseluruhan dari segi penampilan, aroma, tekstur dan rasa yang bersatu memberikan poin pada masing-masing sampel. Sampel S3 memiliki atribut sensori yang tidak terlalu menarik, aroma yang kurang menarik, produk yang dianggap paling keras, dan rasa yang cukup selaras. Pada produk S1 didapatkan hasil penampilan yang cukup menarik, memiliki aroma yang kuat, kekerasan yang cukup dan keselarasan rasa paling cocok. Produk S4 memiliki penampilan yang paling menarik, aroma yang cukup kuat, produk yang dengan tekstur lembut dan kenyal, serta keselarasan rasa yang cukup selaras. Penerimaan akhir yang dianggap kurang yaitu produk S2 yang memiliki penampilan kurang menarik, aroma kurang kuat, kekerasan yang cukup dan keselarasan rasa paling kurang. Kesimpulan pada atribut *overall* ini, kulit yang disukai adalah kulit yang sudah umum digunakan yaitu kulit lumpia dan kulit *spring roll* yang tidak memiliki perbedaan yang nyata.

4.4. Penelitian Utama

Penelitian utama ini dilakukan untuk menentukan satu produk yang paling disukai oleh konsumen. Parameter yang digunakan sama yaitu penampilan, aroma, tekstur, rasa dan *overall*. Penampilan mana yang lebih menarik, aroma mana yang lebih disukai, tekstur mana yang lebih disukai (yang renyah atau kenyal), rasa mana yang lebih disukai, dan total penerimaan untuk penentu produk mana yang disukai dan diterima. Parameter yang digunakan akan menjadi penentu untuk karakteristik produk yang diinginkan responden. Hasil yang didapatkan dari responden yaitu penampilan yang lebih cerah dan berwarna (S4), aroma yang "kaya" (S4), lebih menyukai tekstur yang renyah (S1) daripada kenyal (S4), dan memilih rasa dari produk yang digoreng (S1) daripada produk basah (S4). Dari secara keseluruhan, konsumen memilih produk S1 dikarenakan rasa dan tekstur yang lebih baik dibanding produk S4. Sedangkan S4 lebih disukai dari segi penampilan dan aroma. Parameter penampilan dan aroma S4 lebih disukai karena terlihat yang lebih cantik dan menarik, dimana bahan atau komponen dalam produk terlihat dan lebih berwarna daripada S1 yang berwarna coklat biasa, tidak terlihat bahan isian dan terlihat berminyak. Begitu pula pada segi aroma, dimana aroma bahan, terutama

udang lebih tercium dan menjadi lebih lezat dan disukai. Sedangkan produk S1 karena produk dimasak dan digoreng maka tercium aroma gorengan yang gurih, ditambah pula bahwa penggorengan sudah dilakukan berkali-kali dan tercium aroma kurang lezat dari minyak dan lemak.

Pada kuesioner penelitian utama ini, terdapat satu pertanyaan pendukung yang muncul kembali yaitu kesukaan dan ketertarikan responden untuk membeli. Responden diberi pilihan produk S1, S4 dan pilihan untuk tidak membeli keduanya. Namun dari hasil kuesioner yang didapat, tidak ada yang memilih tidak membeli keduanya. Sedangkan untuk produk S1 mendapatkan suara sebesar 22 responden dan 18 suara lebih tertarik dan antusias untuk produk S4. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk S1 lebih disukai daripada produk S4.

4.4.1. Penampilan

Pada Tabel 3. dapat dilihat bahwa penampilan yang terlihat lebih menarik adalah produk S4 yaitu yang menggunakan kulit *rice paper*, daripada S1 menggunakan kulit lumpia. Sama halnya dengan penelitian pendahuluan, bahwa S4 lebih disukai karena memiliki warna yang lebih cerah dan transparan sehingga bahan atau kondimen isian atau tahu gimbang lebih terlihat. Selain itu penggunaan *rice paper* yang sudah diketahui namun belum terlalu umum juga menambah responden lebih tertarik. Hal ini didukung oleh Granato dan Masson (2010) bahwa pada parameter *appearance* khususnya warna, warna yang menarik dan cenderung lebih cerah sangat berpengaruh pada persepsi rasa dan harapan, serta memberi pengaruh besar akan penerimaan keseluruhan. Pada produk S1 yang menggunakan kulit lumpia berwarna lebih gelap, coklat keemasan karena melalui tahap pemasakan digoreng. Penampilan yang dihasilkan seperti lumpia Semarang biasanya, sehingga konsumen sudah terbiasa dan lumrah dengan hal ini.

4.4.2. Aroma

Aroma yang dihasilkan pada produk S1 yaitu seperti lumpia atau gorengan pada umumnya, menciptakan aroma yang gurih. Sedangkan S4 karena tidak melalui tahap penggorengan, sehingga aroma yang muncul adalah dari bahan isian atau tahu gimbang terutama udang goreng, sayur kubis, serta seledri. Produk S4 memiliki aroma yang lebih kaya dan lebih harum daripada aroma S1 yang hanya tercium aroma gorengan biasa, hal ini menjadi alasan mengapa produk S4 lebih disukai. Teori Lawless dan Hildegarde (2010) juga mendukung hal ini dimana dikatakan bahwa lebih mudah bereaksi menyenangkan terhadap informasi aroma yang lebih

kaya dari pada yang tidak. Jadi aroma dalam tahu gimbal, campuran dari udang goreng, kesegaran sayur kubis, tahu, dan seledri memberi aroma yang kaya dan membuat S4 lebih disukai.

4.4.3. Tekstur

Pada parameter tekstur, 31 suara untuk S1 lebih disukai daripada S4. Produk S4 memiliki tekstur yang kenyal sedangkan S1 bertekstur *chruncy* atau renyah. Tekstur yang *chruncy* atau *crispy* lebih disukai karena memberi sensasi yang menyenangkan saat mengunyah (Lawless dan Hildegarde, 2010). Selain itu, tekstur yang renyah berhubungan juga dengan tekstur suara (*auditory texture*). Dimana adanya suara tekstur yang masih renyah juga menandakan bahwa produk masih dalam kondisi yang baik, dan menjadi kenikmatan tersendiri makan oleh konsumen. Tekstur renyah yang didapatkan ini adalah efek dari penggorengan. Suatu bahan yang digoreng akan mengurangi dan menghilangkan kelembaban karena adanya panas. Minyak akan meresap pada bahan dan menggantikan air, sehingga produk menjadi kering dan berminyak. (Perkins, 2007). Bahan S4 yang digunakan adalah *rice paper*, bahan ini akan menjadi kenyal bila dicampurkan kedalam air dan sudah tidak perlu dilakukan penggorengan. Tekstur yang kenyal ini masih awam untuk dikonsumsi oleh konsumen sehingga menjadi kurang bisa dinikmati.

4.4.4. Rasa

Rasa yang dihasilkan pada kedua produk menjadi berbeda karena pengaruh dari kulit yang digunakan, karena menggunakan isian yang sama yaitu tahu gimbal. Pada produk S1, produk melalui proses penggorengan dan menciptakan cita rasa dan aroma yang harum dari aroma asam lemak yang telah terhidrolisis dan teroksidasi. Tournier et al (2007) juga menyatakan bahwa tekstur dan rasa saling memiliki interaksi. Dimana rasa akan dipengaruhi oleh tekstur terutama perubahan sifat reologi atau pola pengunyahan. Pada penelitian utama ini, rasa produk S1 lebih disukai daripada S4 karena rasa gurih yang tercipta dan juga tekstur renyah S1 yang disukai. S4 memiliki cita rasa tahu gimbal, namun memiliki tekstur yang kenyal dan hambar, dan kurang familiar dari *rice paper* yang digunakan.

4.4.5. Overall

Total penerimaan atau *overall* merupakan penilaian dari kombinasi sensori yang dilakukan yaitu penampilan, aroma, tekstur, dan rasa. Pada penelitian utama ini didapatkan hasil bahwa 29 responden lebih menyukai produk S1 dan 11 responden menyukai produk S4. Produk S1

lebih disukai pada parameter tekstur dan rasa, sedangkan produk S4 lebih disukai pada penampilan dan aroma. Maka dapat disimpulkan bahwa responden lebih memilih responden lebih mengutamakan rasa dan tekstur saat mengonsumsi daripada penampilan dan aroma. Rasa menjadi penentu seorang konsumen menyukai suatu produk. Dikatakan oleh Clark (1998) bahwa rasa dan flavor menjadi parameter penentu dari suatu makanan. Suka atau tidak suka, enak atau tidak enak sudah dapat ditentukan melalui rasa sejak saat bayi, dimana bayi akan bereaksi dan berekspresi tidak suka bila diberi makanan yang pahit dan bahagia bila diberi makanan yang manis. Pemilihan suka dan tidak suka adalah efek dari kepuasan pada rasa lezat dan kesesuaian ekspektasi responden.

