

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Meningkatnya globalisasi pangan mungkin juga disertai dengan penurunan ketertarikan konsumen terhadap makanan tradisional. Menurut Putri (2019) menurunnya minat masyarakat pada makanan tradisional diakibatkan dari berbagai penyebab, di antaranya dikarenakan berbagai makanan dari luar yang berada di Indonesia serta berbagai variasi baik berdasarkan rasa, warna, bentuk hingga kemasan. Tampilan visual dari makanan tradisional yang cenderung sangat sederhana dan memiliki umur simpan yang singkat juga dapat menjadi faktor menurunnya minat konsumsi makanan tradisional. Makanan tradisional, khususnya jajanan tradisional biasanya terbuat dari beras, beras ketan, ubi kayu, atau ubi jalar. Hasil produksi umbi singkong di Indonesia cukup banyak yaitu sekitar 9,7% dari total produksi dunia yang mencapai 175,25 juta ton (Saleh & Widodo, 2014). Umbi singkong banyak diolah menjadi makanan tradisional seperti getuk.

Menurut Lily (2015), getuk berkembang dari masa penjajahan Jepang dikarenakan beras sulit ditemukan, maka dari itu masyarakat mencari pengganti beras dengan ketela. Getuk merupakan salah satu jajanan semi basah yang dibuat dari singkong serta bercita rasa manis (Koir, Devi, & Wahyuni, 2017). Menurut Sundoko (2007), getuk yang paling populer di kalangan masyarakat yakni getuk gula merah dan lindri. Getuk gula merah berwarna coklat dikarenakan potongan gula jawa yang ditumbuk secara bersamaan sedangkan lindri memiliki warna yang beragam, tekstur lembut karena digiling, rasa manis dari gula pasir. Pembuatan getuk yaitu dengan mengukus singkong dan ditumbuk hingga halus lalu diberi parutan kelapa. Untuk menambah citarasa yang manis maka dapat ditambahkan gula pasir atau gula merah, lalu dicetak dan siap dikonsumsi. Rasa khas getuk singkong biasanya manis dan gurih yang berasal dari tambahan gula dan garam, juga memiliki citarasa khas singkong (Ningsih *et al.*, 2017).

Dari berbagai macam jenis getuk, salah satunya adalah getuk tri warna. Getuk tri warna merupakan makanan tradisional khas Magelang yang memiliki 3 warna yaitu putih, merah muda, dan coklat yang menjadi satu bagian. Telah dilakukan beberapa penelitian terhadap jenis atau merek getuk tertentu, salah satunya adalah penelitian Anwar (2019) yaitu getuk tri warna memiliki umur simpan 4-5 hari dan memiliki rasa yang manis, gurih, serta lembut. Ditambahkan oleh Ganita (2018) getuk tiga warna memiliki rasa legit, gurih, dan wangi, yang dapat bertahan 4 hari pada suhu ruang dengan proses pembuatan tanpa menambahkan

pengawet. Pada penelitian Harsita dan Amam (2019), adanya proses pengolahan yang rumit menyebabkan berubahnya sifat bentuk, kimiawi serta organoleptiknya supaya bisa berpengaruh pada minat serta sikap pembeli. Meskipun masih banyak diproduksi, selera konsumen terhadap getuk mungkin mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Tingkat kepuasan pelanggan pada makanan tradisional, dalam hal ini getuk tri warna, dapat diteliti lebih lanjut.

Kepuasan konsumen dapat diteliti dengan model kano. Metode tersebut termasuk dalam metode yang dimanfaatkan dalam memetakan preferensi pembeli sesuai kepuasannya pada sebuah barang atau layanan (Haryono & Bariyah, 2014). Ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan menggunakan metode kano salah satunya penelitian Lukman dan Wahyu (2018) mengenai pengoptimalan kualitas coklat dengan integrasi metode kano dan QFD. Selain itu, dilakukan juga penelitian terhadap kepuasan konsumen makanan tradisional menggunakan metode kano pada jenis makanan lumpia goreng (Soegiharto, 2019) dan jenang coklat kurma (Purnamasari, 2013). Se jauh penelusuran literatur yang dilakukan, belum ditemukan penelitian yang menggunakan metode kano terhadap makanan tradisional getuk. Preferensi konsumen terhadap getuk tri warna perlu diketahui supaya produk dapat dikembangkan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli.

1.2. Tinjauan Pustaka

1.2.1. Getuk Tri Warna

Getuk adalah makanan khas semi basah yang berasal dari ubi kayu atau ubi jalar. Aktivitas air yang tinggi membuat singkong mudah rusak sehingga memiliki umur penyimpanan yang singkat, biasanya hanya satu hingga dua hari pada suhu ruang (Basuki *et al*, 2013). Makanan tersebut mempunyai kandungan air sekitar 10-40 % dengan nilai aktivitas air 0,6-0,9 serta memiliki permukaan plastis supaya bisa segera dikonsumsi (Soekarto, 1979 dalam Ekafitri & Faradilla, 2011). Singkong memiliki kandungan gizi kompleks berupa karbohidrat, protein, kalsium fosfor, zat besi, vitamin B1, dan vitamin C. Kandungan karbohidrat pada singkong tidak kalah tinggi dengan sumber karbohidrat lainnya, yakni sebesar 34,7 gram (Muntoha & Umayyah, 2015). Getuk memiliki syarat mutu berdasarkan SNI bisa diketahui pada Tabel 1.

Tabel 1. Syarat Mutu Getuk Singkong (SNI 01-4299-1996)

No	Jenis Uji	Satuan	Persyaratan
a.	Keadaan		
1.1.	Bau	-	Normal
1.2.	Rasa	-	Manis khas
1.3.	Warna	-	Normal
2.	Kadar air	% (b/b)	Maks. 40
3.	Jumlah gula yang dihitung sebagai sakarosa	% (b/b)	Min. 22
4.	Bahan tambahan makanan		Sesuai SNI 01-0222-1995 dan Peraturan Menteri Kesehatan RI yang berlaku.
4.1.	Pengawet	-	Negatif
4.2.	Pewarna tambahan	-	
4.3.	Pemanis buatan	-	
5.	Cemaran logam		
5.1.	Timbal (Pb)	mg/kg	Maks. 1,0
5.2.	Tembaga (Cu)	mg/kg	Maks. 10,0
5.3.	Seng (Zn)	mg/kg	Maks. 40,0
5.4.	Raksa (Hg)	mg/kg	Maks. 0,05
6.	Arsen	mg/kg	Maks. 0,5
7.	Cemaran mikroba		
7.1.	Angka lempeng total	Kol/g	Maks. 1×10^6
7.2.	<i>E. coli</i>	APM/g	Negatif
7.3.	Kapang dan khamir	Kol/g	Maks. 1×10^4

Berbagai macam getuk singkong beredar di masyarakat, yaitu getuk goreng, getuk lindri, getuk gula merah, getuk halus, getuk krewal, dan getuk tiga warna. Selain itu, ada pula getuk yang tidak terbuat dari singkong contohnya getuk pisang dan getuk sukun. Getuk tri warna ialah makanan khas daerah Jawa Tengah, khususnya daerah Magelang. Getuk ini dibuat dari singkong kukus yang ditumbuk dan ditambah dengan bahan pangan lainnya. Jenis getuk ini memiliki kadar lemak yang tinggi sehingga bisa mengalami kerusakan dengan mudah serta batas penyimpanan yang singkat (Nurhasanah, 2014). Selama penyimpanan, kadar lemak dapat mengalami kerusakan karena terjadi penguraian lemak (Sanger, 2010). Perihal tersebut juga dibuktikan pada riset Sakti *et al.* (2016) bahwa kadar lemak akan menurun selama penyimpanan yang dikarenakan enzim mikroba yang menghancurkan lemak supaya berbentuk gliserol serta asam lemak. Lemak yang rusak akan mengakibatkan produk menjadi bau dan tengik (Sakti *et al.*, 2016). Menurut Anwar (2019), getuk tri warna memiliki umur simpan selama 4-5 hari dengan pembuatannya yang tanpa menggunakan bahan pengawet. Getuk magelang tersebut mempunyai permukaan lembut serta beraroma khas (Purwadi *et al.*, 2017).



Gambar 1. Getuk tri warna

Sumber: <https://images.app.goo.gl/7yzBJZigBm5qwoGc8>

Proses pembuatan getuk diawali dengan mencuci singkong hingga bersih. Setelah dibersihkan, singkong dikukus hingga matang selama kurang lebih 60 menit. Singkong yang sudah matang ditambahkan gula pasir, garam, vanili, kelapa parut, dan margarin, yang kemudian ditumbuk hingga halus dan tercampur merata. Adonan yang terbentuk selanjutnya digiling dengan mesin penggiling dan dibagi ke dalam 3 bagian. Masing-masing bagian berwarna tidak sama, yaitu warna merah muda, coklat dan putih. Adonan yang telah diwarnai kemudian dipipihkan dan dipadatkan dalam loyang. Adonan yang sudah padat kemudian dipotong menjadi beberapa bagian dengan panjang 5 cm (Purwadaria, 2012).

Di antara alasan yang berpengaruh pada kualitas getuk ialah proses pembuatannya. Jika tahap penggilingan dalam pembuatan getuk dilakukan dengan durasi yang lama, maka didapatkan tekstur getuk yang semakin lembut (Purwadi *et al.*, 2016). Penelitian Larastuti *et al* (2019) mengenai analisis pengaruh ekuitas merek pada keputusan konsumen getuk trio di kota Magelang menunjukkan bahwa merek serta pandangan kualitas mempengaruhi keputusan konsumen. Singkong yang digunakan pada penelitian Larastuti *et al* (2019) merupakan singkong berjenis Candimulyo. Singkong tersebut digunakan karena kandungan airnya yang cukup. Kandungan air yang cukup menyebabkan tekstur tanah tanaman tersebut berpasir.

1.2.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen ialah suatu perbuatan yang ikut serta secara langsung untuk memperoleh, menghabiskan, mengonsumsi barang atau layanan, salah satunya langkah pengambilan keputusan (Setiadi, 2015). Kotler (2001), alasan yang berpengaruh ialah faktor budaya, sosial, kepribadian, dan psikologis. Budaya adalah pengaruh terluas terhadap perilaku pembeli. sosial, mencakup pengaruh lingkungan terhadap pengambilan keputusan terhadap konsumen. Selanjutnya, faktor pribadi dapat dimaknai dalam karakter psikologis individu

yang tidak sama dengan lainnya, seperti : usia, profesi, kondisi perekonomian, gaya hidup serta kepribadian. Seseorang mengamalkan keputusan berdasarkan keadaan psikologisnya, di mana kondisi lingkungan juga berperan dalam mengarahkan seseorang untuk mengambil keputusan agar kebutuhannya terpenuhi. Perilaku konsumen berhubungan dengan keputusan pembelian yang berkaitan dengan faktor psikologis konsumen di mana faktor budaya, sosial, pribadi berpengaruh, serta adanya faktor lain seperti pemasar dalam mengembangkan produk harga, distribusi dan promosi yang juga berpengaruh dalam keputusan pembelian (Setiadi, 2015). Proses memutuskan pembelian produk ada beberapa langkah yakni mengenali masalah, mencari data, mengevaluasi alternatif, keputusan pembeli, serta perilaku setelah membeli (Kotler, 2000).

Pada penelitian ini, digunakan kelompok usia 17-45 tahun di mana usia 17-21 termasuk pada waktu beralihnya anak-anak menuju dewasa atau fase remaja akhir (Adriani & Wirjatmadi, 2012). Jika dilihat dari segi sosial dan psikologis, remaja tidak melihat alasan kesehatan pada penentuan makanan namun condong melihat alasan dari orang dewasa di sekitar, hedon, dan keadaan sosial (Merryana, 2016). Menurut Janeta & Santoso (2018), anak remaja lebih menyukai makanan yang memiliki rasa baru dan unik. Dalam pemilihan makanan, terdapat beberapa pertimbangan yaitu dari segi rasa, warna, porsi, aroma, tekstur, dan juga harga (Azzrimaidaliza, 2011). Namun menurut Rahman, *et al.* (2013), terdapat faktor-faktor lain yang berpengaruh saat memilih makanan seperti kepedulian terhadap kesehatan, kenyamanan, keakraban, perasaan, daya tarik sensoris, pengontrolan berat badan, komposisi makanan, dan agama.

Kelompok usia 22-45 tahun merupakan kategori dewasa (Jaji, 2020). Menurut Yuliati (2011) faktor yang mempengaruhinya antara lain sudah dapat menentukan keputusan pembelian, keinginan membeli karena kebiasaan keluarga atau dorongan diri, dan harga. Selain itu, kelompok usia ≥ 30 tahun sudah terbiasa mengonsumsi makanan tradisional (Muhandri *et al.*, 2021). Pada penelitian Muhandri *et al.* (2021) mengenai tingkah laku pembeli pada makanan tradisional di Kabupaten Pekalongan, dinyatakan bahwa konsumen juga merasa jajanan tradisional dapat mengenyangkan dan nostalgia.

1.2.3. Model Kano

Kano model adalah salah satu model yang bisa dimanfaatkan dalam menganalisis kepuasan pelanggan. Menurut Candrianto (2021) ada persyaratan yang mempengaruhi, yakni:

1. *One-dimensional (performance needs)*: tingkat kepuasan konsumen terkait kemauan mereka, seperti diskon.
2. *Must-be attributes (basic needs)*: konsumen akan Kurang puas jika atribut yang berkaitan rendah dan tidak bisa mencukupi keperluan pokok. Namun, kepuasan konsumen tidak dapat berkembang jauh walaupun kinerja serta atributnya tinggi atau mencukupi keperluan pokok. Contoh: terdapat pelayan yang cuek akan mengakibatkan Konsumen tidak puas. Dikarenakan, kehadirannya yang ramah adalah kebutuhan dasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. *Attractive (excitement needs)*: atribut ini dapat dikatakan sebagai atribut yang tidak terlalu penting karena pelanggan tidak menyadari keberadaan atribut ini. Akan tetapi, pencapaian pada atribut tersebut dapat mengoptimalkan kepuasan konsumen bersamaan dengan meningkatnya pada performa tersebut. Contohnya adalah konsumen yang membeli sebuah barang tertentu tidak merasakan kekecewaan apabila tidak diberi bonus. Tetapi merasakan kepuasan apabila bonusnya dimasukkan pada pembelanjaan.

Untuk mendapatkan respon pelanggan, model kano memiliki 3 kategori yang meliputi:

1. *Indifferent*: pembeli mengacuhkan fitur produk serta tidak menimbulkan ketidak samaan nyata pada kepuasan pada barang tersebut.
2. *Questionable*: memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pelanggan agar dapat mengetahui kepuasan konsumen karena tidak dapat didefinisikan.
3. *Reverse*: kepuasan konsumen berbanding terbalik dengan hasil kinerja produk.

Penelitian Lukman dan Wahyu(2018) mengenai optimalisasi kualitas produk coklat dengan integrasi metode kano dan QFD (*Quality Function Deployment*). Selain itu, dilakukan juga penelitian terhadap kepuasan konsumen makanan tradisional menggunakan metode kano pada jenis makanan lumpia goreng (Soegiharto, 2019) dan jenang coklat kurma (Purnamasari, 2013). Kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Soegiharto (2019) dan Purnamasari (2013) adalah perbaikan atribut dan perubahan variasi produk.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan survei penelitian yang telah dilakukan, maka permasalahan yang muncul adalah:

1. Bagaimana tingkat kepentingan atribut yang diminati oleh konsumen dalam produk getuk tri warna?
2. Apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk getuk tri warna?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap getuk tri warna menggunakan model kano.

