

Analisis Pengaruh Perkembangan Inovasi Pangan Pada Tingkat Konsumsi Masyarakat di Jawa Barat

Deswita Kartika Putri*, Mochamad Reza Awaluddin², Risma Ramadhani³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudhi No.229, Isola, Kec, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 22, 2024

Revised April 27, 2024

Accepted May 02 2024

Available online May 12, 2024

Keywords:

Produk pangan lokal, inovasi, konsumsi

Keywords:

Local food products, innovation, consumption.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Produk pangan dapat diartikan sebagai olahan atau hasil produksi yang diperoleh dari bahan pangan. Keanekaragaman jumlah produk pangan lokal di Indonesia membuka potensi besar untuk inovasi pangan. Pemanfaatan produk pangan lokal dapat dilakukan dengan menciptakan kreasi olahan yang sesuai dengan minat masyarakat, yang dapat mengubah kebiasaan makan dan gaya hidup mereka, baik secara positif maupun negatif. Inovasi pangan sering kali memperkenalkan variasi baru dalam pilihan makanan, yang dapat memperkaya pola makan masyarakat. Dengan adanya inovasi pangan, dapat terjadi perubahan dalam konsumsi makanan masyarakat dan inovasi bisa memengaruhi kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Inovasi yang berfokus pada peningkatan kandungan gizi makanan dapat meningkatkan kesehatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan dukungan pada produk lokal, dan meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat terhadap inovasi pangan. Metode penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk melakukan penelitian kuantitatif. Kuisisioner tersebut terdiri dari lima pertanyaan dengan skala penilaian 1 sampai 5 yang menggali tentang minat responden terhadap inovasi pangan di masyarakat, khususnya di Jawa Barat. Berdasarkan hasil data kuisisioner yang diperoleh sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka cukup sering mengonsumsi

produk inovasi pangan karena ketertarikan terhadapnya. dapat dipahami bahwa dengan adanya inovasi pangan yang beredar ternyata dapat mempengaruhi faktor tingkat konsumsi dan kesukaan masyarakat terhadap inovasi pangan.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze and describe the forms of expressive speech acts produced by children playing in the H. Saemin area, Pondok Pinang. The method used is the observe-note-classify-analyze method with data collection techniques through observation. From the research results, conversation data was obtained for 7 illocutionary speech acts in the category of expressive speech acts. Through 7 conversation data from children with the initials RKY (K), RZA (Z), ADN (D), and AZM (A), 15 expressive utterances were obtained in the data game, including expressions of greeting, insulting, blaming, thanking, love, complain, praise, apologize and criticiz. Food products can be defined as processing or production results obtained from food ingredients. The diversity of local food products in Indonesia opens up great potential for food innovation. Utilizing local food products can be done by creating processed creations that suit people's interests, which can change their eating habits and lifestyle, both positively and negatively. Food innovation often introduces new variations in food choices, which can enrich people's diets. With food innovation, there can be changes in people's food consumption and innovation can affect people's health as a whole. Innovations that focus on increasing the nutritional content of food can improve public health. This research aims to provide support for local products, and increase the level of public consumption of food innovation. This research method uses a questionnaire as a tool for conducting quantitative research. The questionnaire consists of five questions with a rating scale of 1 to 5 which explore respondents' interest in food innovation in society, especially in West Java. Based on the results of the questionnaire data obtained, the majority of respondents stated that they quite often consume food innovation products because they are interested in them. It can be understood that the existence of food innovations in circulation can influence the level of consumption and people's preferences for food innovations.

PENDAHULUAN

Produk pangan dapat diartikan sebagai olahan atau hasil produksi yang didapatkan dari bahan pangan. Di Indonesia, tersedia banyak sekali produk pangan lokal yang melimpah dan erat kaitannya dengan budaya lokal. Keanekaragaman serta jumlah produk pangan lokal yang melimpah membuka potensi yang besar tentang adanya inovasi pangan yang dilakukan oleh

*Corresponding author

E-mail addresses: deswitakrtk@upi.edu

berbagai industri di Indonesia. Pemanfaatan produk pangan lokal dapat dilakukan dengan cara membuat kreasi olahan produk pangan yang sesuai dengan ketertarikan masyarakat. Inovasi pangan adalah pengembangan dan penerapan ide-ide baru dalam berbagai tahap produksi, pengolahan, distribusi, dan konsumsi makanan, dengan tujuan meningkatkan nilai gizi, keamanan, keberlanjutan lingkungan, efisiensi produksi, dan pengalaman konsumen. Penggunaan teknologi dalam produksi makanan, pengembangan produk baru, dan strategi pemasaran yang kreatif merupakan beberapa aspek utama dari inovasi pangan. Diharapkan bahwa dengan terus menerapkan inovasi ini, kita dapat mencapai masyarakat yang lebih sehat, sistem pangan yang lebih berkelanjutan, dan pengalaman konsumen yang lebih baik (Sihombing, Y. 2023). Inovasi dalam produk pangan bisa mengubah pola konsumsi dengan mengurangi dan mendorong penggunaan produk lokal secara lebih luas (Pinandoyo et al., 2022). Tingginya tingkat peminatan masyarakat terhadap produk inovasi makanan dan minuman dapat ditingkatkan dengan menggunakan variasi warna, bentuk, dan nama pelabelan yang mudah dikenal dan diterima oleh masyarakat sebagai sebuah olahan inovasi pangan. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat terhadap inovasi pangan, bertujuan untuk memberikan dukungan pada produk lokal, dan meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat terhadap inovasi pangan.

Seiring berjalannya waktu, banyak produk pangan terbaru sebagai inovasi yang bermunculan. Kemunculan dari inovasi ini harus memperhatikan kondisi pasar dan tingkat minat konsumen pada produk yang diinovasikan. Dalam hal tersebut, industri yang hendak berinovasi dalam produk pangan harus mengetahui pangsa pasar atau target yang ditujukan beserta tren pada pangan yang sedang berlangsung. Perlu dilakukan berbagai cara untuk bisa mengetahui tingkatan minat pada masyarakat. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk meriset besar selera masyarakat terhadap mengonsumsi produk inovasi pangan. Karena suatu produk inovasi dapat dikatakan berhasil ketika produk tersebut mengalami kenaikan atau perubahan yang positif (Putra, et al., 2022). Dengan demikian, peluang yang telah diketahui dapat dimanfaatkan oleh pihak yang akan berinovasi agar dapat membuat produk yang memberikan hasil yang lebih dari keinginan konsumen sehingga menjadikannya produk yang berkualitas (Aritonang, 2018).

Penelitian ini berdasar dari penelitian yang dilakukan oleh Akbar Ariza Asmoro dan Rachma Indrarini yang berjudul "Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik". Penelitian ini memaparkan hasil bahwa inovasi pada produk makanan dapat berpengaruh besar terhadap daya beli masyarakat di Kota Gresik karena sebagian besar membeli dengan melakukan pertimbangan terhadap perubahan seperti ukuran dan rasa pada produk makanan. Selain itu, penelitian ini didasarkan pula pada artikel oleh Aryoni, Archyar Eildine dan Leny Muniroh dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen" yang mana memberikan hasil bahwa suatu toko kue dapat mempertahankan loyalitas konsumennya dengan cara memberikan inovasi pada produk mereka. Dari artikel diatas, diharapkan penelitian kami dapat menjadi hal yang baru dengan mengambil sampel berupa produk inovasi pangan di Jawa Barat.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk melakukan penelitian kuantitatif. Kuisisioner tersebut terdiri dari lima pertanyaan dengan skala penilaian 1 sampai 5 yang menggali tentang minat responden terhadap inovasi pangan di masyarakat, khususnya di Jawa Barat. Populasi yang dituju dalam penelitian ini adalah penduduk di provinsi atau individu yang memiliki pengetahuan dan minat terhadap inovasi pangan. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode Sampling stratifikasi untuk memastikan representasi yang seimbang dari berbagai rentang usia responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui *Google Form* sebagai media kuisisioner. Kemudian, kuisisioner tersebut disebarluaskan melalui media sosial selama periode dua hari. Dengan menjangkau berbagai kelompok dan komunitas yang relevan, atau individu yang tertarik dengan inovasi pangan. Langkah ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sampel yang representatif dari berbagai latar belakang, usia, dan pandangan. Analisis data dilakukan dengan

menggunakan metode identifikasi variabel yang akan digunakan untuk melakukan stratifikasi berdasarkan rentang usia. Selanjutnya, populasi dibagi menjadi kelompok-kelompok yang homogen berdasarkan variabel tersebut. Analisis data bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat minat dan ketertarikan masyarakat terhadap inovasi pangan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, kami menyajikan sejumlah pertanyaan sebagai prasyarat untuk menjawab beberapa pertanyaan lanjutan tentang pengaruh inovasi pangan terhadap tingkat konsumsi masyarakat. Pertanyaan-pertanyaan tersebut meliputi usia, frekuensi konsumsi produk inovasi pangan oleh masyarakat, dan alasan-alasan mereka tertarik dengan inovasi pangan. Dari 50 responden yang terlibat, 7 di antaranya berusia 40-51 tahun, sementara 43 responden berusia 17-20 tahun. Berdasarkan hasil data kuisisioner yang diperoleh sebagian besar responden mereka menyatakan bahwa mereka cukup sering mengkonsumsi produk inovasi pangan karena ketertarikan terhadapnya. Selain itu, mereka percaya bahwa produk inovasi pangan membantu mereka mengeksplorasi rasa baru dan dapat membantu produsen meningkatkan penjualan produk mereka.

Tabel 1. Rata-rata Skor Responden Kuisisioner

No	Faktor	Total Rata-rata
1.	Tingkat Konsumsi	3
2.	Faktor pendorong	3
3.	Pengaruh inovasi pangan	4
4.	Tingkat Kesukaan	3
5.	Lain-lain	3

Berdasarkan data tabel 1, dapat dipahami bahwa dengan adanya inovasi pangan yang beredar ternyata dapat mempengaruhi faktor tingkat konsumsi dan kesukaan masyarakat terhadap inovasi pangan. dilihat dari nilai rata-rata keseluruhan pertanyaan dari Rekapitulasi Nilai pengaruh inovasi pangan yaitu sebesar 4 dengan kategori setuju (S). Berdasarkan teori Kotler dan Bes menunjukkan bahwa, Fokus utama dalam mengembangkan produk baru yang tetap didasarkan pada asumsi tentang pasar yang stabil dan kesetiaan konsumen tetap merupakan target yang konsisten dalam strategi perencanaan pasar jangka panjang (Aryoni et al., 2019).

SIMPULAN

Hasil kuisisioner dapat disimpulkan masyarakat sebagai konsumen rata-rata menyukai dan menunjukkan tingkat konsumsi yang terpengaruh atas adanya inovasi pangan. Masyarakat yang memiliki rasa penasaran cenderung mencoba inovasi pangan baru untuk mengetahui rasa ataupun terpengaruh akibat daya tarik yang ditimbulkan dari inovasi produk pangan. Jawaban responden juga dapat diambil satu poin yaitu rata-rata masyarakat menyukai hal yang baru. Potensi ini dapat diambil dan dimanfaatkan oleh produsen atau penjual untuk menjual produk inovasi pangan mereka kepada masyarakat. Dengan demikian, produsen sebagai penyedia produk inovasi pangan akan terus mendapatkan konsumen selama tetap mengembangkan inovasi pangan baru dan melihat kondisi pasar tentang minat masyarakat terhadap produk inovasi pangan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada bapak Dr. Rama Wijaya Abdul Rozak, S.Pd, M.Pd. selaku dosen pengampu mata kuliah Bahasa Indonesia yang telah mengajarkan dan membimbing kami dalam menyusun artikel ini. Terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh lapisan masyarakat yang membantu mengisi kuisisioner dari penelitian ini. Tidak lupa kami memberikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada teman-teman yang turut mendukung dan memberi saran atas keberjalanan penelitian ini.

REFERENSI

- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1.
- Asmoro, A. A. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55-64.
- Mulyana, L. I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Indomie (Studi pada Mahasiswa PTN di Surabaya) (*Doctoral dissertation*, UPN Veteran Jawa Timur).
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (studi pada UKM sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23-37.
- Pinandoyo, D. B., & Khubber, S. (2023). Food Innovation of Sundanese Nasi Liwet, How New Formulation and Brand Advertise New Food Product. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 11(1), 31-36.
- Pinandoyo, D. B., Pirastyo, S. P., & Astuti, A. B. (2022). Pengembangan Prodi D-3 Seni Kuliner Sebagai Sentra Inovasi Dan Kewirausahaan UMKM Pangan Berbasis Makanan Tradisional Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 8, No. 2, pp. 174-181).
- Sihombing, Y. (2023). Inovasi Kelembagaan Pertanian dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 5, 83-90.
- Wardani, K., & Nurfaizah, I. (2022). Tren Makanan sebagai Dampak Globalisasi terhadap Pertukaran Budaya. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3, 445-448.