

PROPOSAL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP OLAHAN MOCAF SEBAGAI PRODUK EKONOMI KREATIF DI
MALUKU TENGGARA**

DILAKSANAKAN OLEH :

1. Bachriany Susanti, S.IP, M.Si
2. Rustam A. Ngabalin, SE.,M.Si

UNIVERSITAS DOKTOR HUSNI INGRATUBUN

TUAL

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP OLAHAN MOCAF SEBAGAI PRODUK
EKONOMI KREATIF DI MALUKU TENGGARA

Bidang Kegiatan : Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM-Dosen)

Ketua Pelaksana :

- a. Nama Lengkap : Bachriany Susanti, S.IP, M.Si
- b. NIDN : 1208106802
- c. Universitas/Institut : Universitas Doktor Husni Ingratubun Tual
- d. Alamat : Un-BTN Tual
- e. No. HP : 0821 9991 8880

Anggota Pelaksana :

- a. Nama Lengkap : Rustam A. Ngabalin, SE.,M.Si
- b. NIDN : 1203047601
- c. Universitas/Institut : Universitas Doktor Husni Ingratubun Tual
- d. Alamat : Watdek – Maluku Tenggara
- e. No. HP : 0812 2409 3394

Biaya Kegiatan :

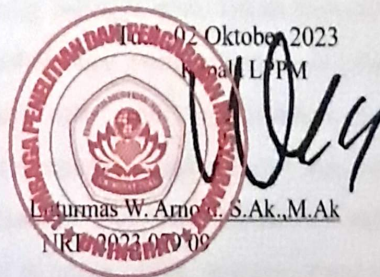
Kampus : Rp. 5.000.000,-

Sumber lain : -

Jangka Waktu : Oktober – Desember 2023

Ketua Pelaksana

Bachriany Susanti, S.IP, M.Si



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mocaf (*Modifed cassava flour*) adalah produk turunan dari tepung singkong dengan prinsip modifikasi partikel singkong secara fermentasi menggunakan BAL (Bakteri Asam Laktat) (Subagio, 2008). Tepung singkong dalam kehidupan sehari-hari masih jarang digunakan karena faktor sifat fisikokimia, aroma khas yang masih muncul, daya kembang rendah, warna tepung dan proses pengolahan menjadi produk masih sulit. Agar berkembangnya diversifikasi pangan berbagai penelitian terus dikembangkan untuk mengolah mocaf menjadi produk pangan bermutu dan bernilai jual tinggi.

Tepung singkong digunakan secara terbatas untuk food ingredient, pada mie instan hanya 5% sehingga menghasilkan produk dengan mutu rendah. Mocaf sudah terkenal di kalangan perusahaan dan biasanya sebagai lem, karena yang sifatnya lengket. Mocaf juga bisa digunakan sebagai substitusi bahan baku dari berbagai jenis makanan, mulai dari mie, bakery, cookies hingga makanan semi basah, cake dan kue kering. Mocaf juga bisa di gunakan sebagai substitusi dari tepung terigu yang digunakan sebagai campuran adonan gorengan. Mocaf sangat baik jika digunakan sebagai substitusi gandum, selain mudah untuk di jumpai karena di setiap daerah bisa memproduksi tepung mocaf, dengan tepung mocaf ini juga dapat menekan angka impor pada komponen gandum.

Ada beberapa kendala yang menyebabkan produksi tepung mocaf itu belum stabil seperti proses yang digunakan untuk membuat tepung mocaf itu cukup panjang dan cukup sulit jika dilakukan oleh petani singkong sehingga perlu adanya penyuluhan mengenai pengolahan tepung mocaf terlebih dahulu agar menghasilkan tepung mocaf yang berkualitas. Produk olahan mocaf itu sendiri sulit untuk mendapatkan pasar karena kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk olahan mocaf, hal ini terbukti dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Titik Mudjiastuti bahwa masyarakat yang mengerti produk olahan mocaf itu masih sedikit, terutama masyarakat

yang berprofesi sebagai wirasawasta hanya 34% dan PNS/TNI/POLRI hanya 38 % yang mengerti olahan mocaf. Saat ini sudah ada beberapa umkm di kota Surakarta yang sudah menggunakan Mocaf sebagai substitusi gandum untuk membuat berbagai macam kue, karena pemasaran produk tersebut belum bisa dilakukan dengan efektif hal ini yang menyebabkan produk mocaf belum mampu untuk bersaing dengan produk berbahan gandum.

Preferensi konsumen terhadap produk mocaf dapat dianalisa melalui teori preferensi melalui aksioma yang digunakan untuk menerangkan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan seperti pendapat Kotler dan Keller (2007). Preferensi biasanya diasumsikan memiliki tiga sifat dasar, yaitu kelengkapan (completeness), transitivitas (transitivity), dan kontinuitas (continuity). Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dapat dikelompokkan menjadi tujuh, yaitu faktor intrinsik, faktor ekstrinsik, faktor biologis, fisik dan psikologis, faktor personal, faktor sosial dan ekonomi, faktor pendidikan, serta faktor kultur, agama, dan daerah.

Setelah mengetahui masalah yang ada mengenai mocaf. Maka kami melakukan penelitian ini untuk mengatasi masalah mengenai mocaf mulai dari pengolahan mocaf, produk olahan mocaf sampai cara pemasaran produk olahan mocaf agar tercipta produk kreatif olahan mocaf yang mampu berdaya saing dengan bahan dasar gandum.

B. Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dapat dirumuskan dari latar belakang sebagai berikut:

1. Seberapa jauh pengetahuan konsumen terhadap produk olahan mocaf ?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap keberadaan produk olahan mocaf ?
3. Bagaimana preferensi konsumen mengenai produk olahan mocaf ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat dicapai setelah penelitian ialah sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa jauh pengetahuan konsumen terhadap produk olahan mocaf.
2. Mengetahui tanggapan masyarakat terhadap keberadaan produk olahan mocaf.
3. Mengetahui seberapa banyak konsumen yang tertarik terhadap produk olahan mocaf.
4. Mengetahui preferensi konsumen terhadap produk olahan mocaf.

D. Luaran

1. Diperolehnya informasi mengenai tanggapan dan preferensi konsumen terhadap produk olahan mocaf di Kabupaten Maluku Tenggara.
2. Diperolehnya referensi untuk mengembangkan produk olahan mocaf di kalangan produsen kue kering Kabupaten Maluku Tenggara.
3. Meningkatnya eksistensi produk olahan mocaf.

E. Manfaat Penelitian

1. Setelah penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada produsen kue untuk meneruskan dan mengembangkan produk olahan dengan bahan dasar mocaf.
2. Memberi informasi kepada produsen kue mocaf tentang seberapa tertarik konsumen pada produknya. Semakin banyak konsumen yang mengetahui adanya produk olahan mocaf.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Mocaf dan Produk Olahannya

MOCAF (*Modified cassava flour*) adalah produk tepung dari ubi kayu yang diproses menggunakan prinsip memodifikasi sel ubi kayu secara fermentasi. Mikroba yang tumbuh menyebabkan perubahan karakteristik dari tepung yang dihasilkan berupa naiknya viskositas, kemampuan gelasi, daya rehidrasi, dan kemudahan melarut. Secara umum proses pembuatan mocaf meliputi tahap-tahap penimbangan, pengupasan, pemotongan, perendaman (Fermentasi), dan pengeringan. Karakteristik mocaf diduga dipengaruhi oleh jenis kultur yang ditambahkan saat fermentasi, penambahan kultur juga berpengaruh terhadap lama waktu fermentasi ubi kayu (Nuron dan Wahono, 2014).

Selama ini tepung singkong digunakan secara terbatas untuk food ingredient, pada mie instan hanya 5% sehingga menghasilkan produk dengan mutu rendah. Tepung ini sering digunakan sebagai lem, sehingga mocaf dapat digunakan sebagai food ingredient dengan penggunaan yang sangat luas dapat digunakan sebagai bahan baku dari berbagai jenis makanan, mulai dari mie, bakery, cookies hingga makanan semi basah, cake dan kue kering. mocaf dapat diaplikasikan pada produk yang umumnya berbahan baku tepung beras, atau tepung terigu dengan ditambah tapioka. Untuk produk berbasis adonan, mocaf akan menghasilkan mutu prima jika menggunakan proses sponge dough method, yaitu penggunaan biang adonan. Disamping itu, adonan dari mocaf akan lebih baik jika dilakukan dengan air hangat (Setiavani, 2011).

B. Pemasaran Produk Olahan Mocaf

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi (Christian, 2013).

Pemasaran merupakan pokok kajian dalam studi kelayakan bisnis. Banyak yang

menyatakan bahwa pemasaran merupakan aspek yang paling utama yang harus dilakukan karena tidak akan mungkin suatu bisnis didirikan dan dioperasikan jika tidak ada pasar yang siap menerima produk dari perusahaan (Sitl, 2013).

Setiap kegiatan pemasaran, elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Efektivitas pemasaran sangat tergantung pada efektivitas suatu komunikasi. Komunikasi pemasaran ialah semua elemen dalam pemasaran yang memberi arti dan mengkomunikasikan nilai kepada konsumen dan stake holder sebuah perusahaan (Machfoedz dalam Novia dkk., 2012). Dalam komunikasi ini distributor harus meyakinkan konsumen jika produk tersebut dapat di konsumsi dengan menyebutkan manfaat yang terdapat di produk tersebut. Maka dengan komunikasi yang efektif pemasaran suatu produk akan lebih mudah dan dengan cepat memenuhi pasar.

Hasil penelitian menunjukan bahwa promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, hasil ini menyatakan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan yang sangat penting untuk dilaksanakan dalam pemasar produk (Novia dkk., 2012). Jika promosi yang dilakukan secara maksimal maka produk akan lebih mudah di kenal dan akan lebih cepat menarik pelanggan atau konsumen untuk membeli produk tersebut. Dan juga akan lebih cepat mengetahui tanggapan konsumen mengenai produk tersebut.

C. Konsumen produk olahan Mocaf

Konsumen adalah setiap pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Usaha dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan mempertahankan serta mempertinggi kesejahteraan masyarakat (Suyanto, 2007). Pada awalnya sebelum menjadi mocaf, singkong lebih banyak digunakan sebagai pembuatan lem sehingga konsumennya merupakan pabrik-pabrik tekstil. Namun setelah singkong dijadikan tepung Mocaf kini dapat digunakan sebagai bahan baku pembuatan

adonan seperti kue, bakso, dan berbagai macam cake dan dapat dikonsumsi oleh siapa saja mulai dari anak-anak sampai orang tua.

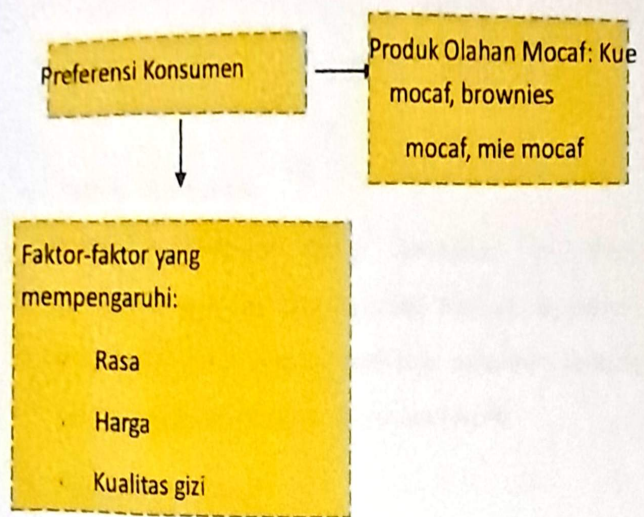
D. Preferensi Konsumen

Bilson berpendapat bahwa konsumen mendapatkan informasi tentang preferensi atau keinginan mereka untuk membuat keputusan terakhir apakah membeli atau tidak dan apakah akan membeli secara berulang-ulang atau tidak. Konsumen mempunyai kebutuhan akan mencari manfaat tertentu dari suatu produk dengan mengevaluasi atribut produk dan diferensiasi produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen dalam menentukan preferensi itu benar-benar mempertimbangkan manfaat apa yang akan diperoleh dari makanan tersebut. Jika makanan tersebut menguntungkan konsumen maka konsumen akan membeli bahkan secara bisa secara terus menerus atau berulang kali, namun sebaliknya jika produk tersebut merugikan konsumen maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut.

Preferensi terhadap produk makanan dipengaruhi oleh karakteristik individu (umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan dan pengetahuan gizi), karakteristik makanan (rasa, rupa, bentuk dan tekstur) serta karakteristik lingkungan (pekerjaan, jumlah keluarga, mobilitas dan musim) (Pamungkas, 2012). Contohnya saja setiap umur yang berbeda itu preferensinya sudah beda seperti seseorang yang umurnya masih muda akan lebih memiliki banyak preferensi karena mereka bebas memilih makanan tanpa adanya kendala atau pantangan tertentu, jika dibandingkan dengan orang yang lebih tua lebih banyak adanya pantangan seperti jika mereka yang lebih tua memiliki penyakit diabetes maka harus memperhatikan makanan yang dimakan.

E. Kerangka Pemikiran

Untuk melihat kecenderungan konsumen dalam memilih produk olahan mocaf dapat dilihat dari beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu rasa, harga dan kualitas gizi yang terdapat di dalam olahan mocaf sehingga dapat menambah ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut.



METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini mengenai preferensi konsumen merupakan nilai skor yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen terhadap produk olahan mocaf (kue kering mocaf, mie mocaf dan brownies mocaf).

B. Pengukuran Variabel

Tabel 3.1 Pengukuran variabel penelitian

Variabel	Indikator
Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen	. Rasa Memiliki citra rasa lokal khas singkong
	. Harga - Terjangkau - Sesuai dengan kualitas yang ditawarkan
	. Kualitas gizi - Kaya protein - Mengandung gula yang lebih rendah daripada

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan dasar skala Likert dengan kategori 4 point. Metode skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap positif maupun negatif terhadap suatu objek dengan cara mengajukan pertanyaan sikap atau statement dimana pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner dapat dihitung melalui skala jawaban yang diberi bobot dan kategori untuk selanjutnya akan disimpulkan (Sugiyono, 2009).

Tabel 3.2 Skala Linkert

Bobot	Kategori
1	Sangat Tertarik
2	Tertarik
3	Tidak Tertarik
4	Sangat Tidak Tertarik

C. Metode Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode dasar deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk meneliti suatu kelompok manusia, objek, kondisi pemikiran, atau peristiwa yang didasarkan pada pemecahan masalah-masalah aktual yang ada sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk memberi gambaran atau dekripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat populasi atau daerah tertentu beserta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Suryabrata, 2004). Adapun teknik pelaksanaan penelitian ini menggunakan teknik survei, dimana akan dilakukan observasi untuk memperoleh keterangan yang sebenarnya terhadap suatu permasalahan tertentu yang ada di dalam suatu daerah. Pengambilan sampel dari populasi akan dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang berfungsi sebagai alat pengumpulan data.

D. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 3 bulan terhitung sejak bulan Oktober hingga Desember 2023 dengan alokasi waktu 2 bulan untuk pengumpulan data dan 1 bulan untuk analisis data. Penelitian ini akan dilaksanakan di daerah Kabupaten Maluku Tenggara dan sekitarnya dan difokuskan pada responden yang tahu atau pernah mencicipi produk olahan mocaf.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui beberapa cara berikut:

1. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang hendak diteliti sehingga akan diperoleh gambaran jelas mengenai tujuan, pelaksanaan dan hasil yang hendak dicapai. Data yang akan dikumpulkan berkaitan dengan respon konsumen terhadap produk tersebut.

2. Wawancara

Teknik wawancara merupakan upaya pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab kepada responden secara langsung. Pertanyaan akan disusun ke dalam kuisioner yang selanjutnya akan dibagikan kepada 50 responden secara *purposive random sampling*.

f. Analisis Data

Data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis dengan tahap tabulasi dan dibantu dengan program SPSS Komputer. Dari hasil tabulasi kemudian akan dijabarkan secara deskriptif untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap olahan mocaf sebagai produk ekonomi kreatif di daerah Maluku tenggara.

BAB IV
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

Tabel 4.1 Ringkasan Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Peralatan Penunjang Alat tulis	800.000
2.	Bahan Habis Pakai Kuisoner, Kue kering mocaf, brownies mocaf,	2.000.000
3.	Perjalanan Pengadaan peralatan penelitian, pengadaan dan	2.00.000
4.	Lain-lain Install software analisis data SPSS, pembuatan proposal, pembuatan laporan,	2.000.000
	Total Biaya	5.000.000

B. Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan usaha yang dilakukan pada 3 bulan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan		
		1	2	3
1.	Analisis kondisi dan situasi konsumen	■		
2.	Perumusan kuisisioner	■		
3.	Pembelian alat dan bahan	■		
4.	Penyebaran kuisisioner		■	
6.	Analisis data		■	
7.	Penyusunan hasil Penelitian		■	
8.	Evaluasi			■



SURAT TUGAS

Nomor : 069/ UNINGRAT.A.5/ST/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

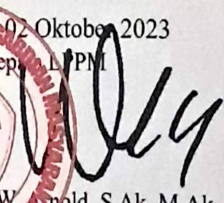
Nama : Luturnas Wanlyeamin Arnold, S.Ak., M.Ak
NRP : 2023 09 079
Jabatan : Ketua LPPM

Dengan ini menugaskan kepada :

NO	NAMA	NIDN	PROGRAM STUDI
1	Bachriany Susanti, S.IP, M.Si	1208106802	EKBANG
2	Rustam A. Ngabalin, SE.,M.Si	1203047601	EKBANG

Untuk melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema: **PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP OLAHAN MOCAF SEBAGAI PRODUK EKONOMI KREATIF DI MALUKU TENGGARA** Yang akan dilaksanakan pada Oktober 2023 hingga Desember Tahun 2023 di Kabupaten Maluku Tenggara

Demikianlah Surat Tugas ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

02 Oktober 2023
Kep. LPPM

Luturnas W. Arnold, S.Ak., M.Ak
