

LAPORAN TUGAS AKHIR

**UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK *GOER
GLAMOUR* SEBAGAI INOVASI *DESSERT FUSION FOOD*
KEKINIAN**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya**



Disusun oleh :

SITI NUR KHALIFAH

NIM: 21710060

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

SAMPUL DALAM
LAPORAN TUGAS AKHIR
UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK *GOER GLAMOUR*
SEBAGAI INOVASI *DESSERT FUSION FOOD* KEKINIAN

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Ahli Madya**



DISUSUN OLEH
SITI NUR KHALIFAH
NIM: 21710060

PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBARAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK
"GOER GLAMOUR" SEBAGAI INOVASI *DESSERT*
FUSION FOOD KEKINIAN

Penulis : Siti Nur Khalifah

NIM : 21710060

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada jumat, 12 juli 2024

Disahkan oleh :
Ketua penguji



Anindita Budi Astuti, S.E,M.M
NIP 198103052008122001

Anggota 1

Anggota 2



Akhmad Guntawan, S.S., M.Pd.
NIP.197305192024211001



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par
NIP.198804112020121008

Mengetahui,
Ketua jurusan pariwisata



Anindita Budi Astuti, S.E,M.M
NIP 198103052008122001

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK
"GOER GLAMOUR" SEBAGAI INOVASI *DESSERT FUSION FOOD* KEKINIAN

Penulis : Siti Nur Khalifah

NIM : 21710060

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 01 Juli 2024

Pembimbing 1



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par
NIP.198804112020121008

Pembimbing 2



Muhammad Ridwan, S.Ikom., M.M
NIP.19860327019031013

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Seni Kuliner



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si.,M.Sc
NIP 198402032019031005

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nur Khalifah
NIM : 21710060
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK “*GOER GLAMOUR*” SEBAGAI INOVASI *DESSERT FUSION FOOD* KEKINIAN **Original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.** Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 01 Juli 2024
Yang menyatakan



Siti Nur Khalifah
NIM.21710060

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nur Khalifah

NIM 21710060

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tahun Akademik 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK “GOER GLAMOUR” SEBAGAI INOVASI DESSERT FUSION FOOD KEKINIAN**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan in saya buat dengan sebenarnya,

Jakarta, 01 Juli 2024

Yang menyatakan

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The signature is in black ink and appears to be 'Siti Nur Khalifah'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and 'DUA BELAS RIBU RUPIAH'.

Siti Nur Khalifah
NIM.21710060

ABSTRAK

Market acceptance test is an individual assessment of the properties and quality of ingredients so that it can give people a preference to find out whether a commodity or certain sensory properties are acceptable to the public. The “Goer Glamour” product is a fusion food innovation product by utilizing traditional bajigur drinks which are used as choux au craquelin filling. The purpose of this study is to determine the results of distributing questionnaires to buyers of “Goer Glamour” products. The indicators contained in the questionnaire are taste, packaging, product price, purchase intention, and positioning. Based on the overall indicators, it is concluded that buyers like “Goer Glamour” products. However, there are several aspects in packaging that get an unfavorable assessment in the form of information about “Goer Glamour” products that are clearly stated on the packaging, packaging on “Goer Glamour” products has reflected the value or identity of the product well, and packaging on “Goer Glamour” products can be airtight. Sales of “Goer Glamour” products were carried out for 20 days, so it can be concluded that the market acceptance test of “Goer Glamour” products was successful because the sales target was 64 products and 65 products were sold.

Keyword : *Market acceptance test, Goer Glamour, Bajigur Choux au craquelin*

Uji penerimaan pasar adalah penilaian individu terhadap sifat dan kualitas bahan sehingga dapat memberikan kesukaan pada orang untuk mengetahui apakah suatu komoditas atau sifat sensorik tertentu dapat diterima oleh masyarakat. Produk “Goer Glamour” merupakan produk inovasi fusion food dengan memanfaatkan minuman tradisional bajigur yang dijadikan sebagai *filling choux au craquelin*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hasil dari uji penerimaan pasar pada produk “Goer Glamour” di pasar apakah diterima di pasaran atau tidak. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode menyebarkan kuesioner kepada pembeli produk “Goer Glamour”. Indikator yang terdapat pada kuesioner adalah cita rasa, packaging, harga produk, minat beli, dan positioning. Berdasarkan indikator keseluruhan disimpulkan bahwa pembeli menyukai produk “Goer Glamour”. Namun, terdapat beberapa aspek dalam *packaging* yang mendapat penilaian kurang baik berupa informasi mengenai produk “Goer Glamour” sudah jelas tertera pada *packaging, packaging* pada produk “Goer Glamour” sudah mencerminkan nilai atau identitas produk dengan baik, dan *packaging* pada produk “Goer Glamour” dapat kedap udara. Penjualan produk “Goer Glamour” dilakukan selama 20 hari, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji penerimaan pasar produk “Goer Glamour” berhasil karena target penjualan 64 produk dan yang terjual mencapai 65 produk.

Kata kunci : *uji penerimaan pasar, Goer Glamour, Bajigur, Choux au craquelin*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan proposal yang berjudul **“UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP PRODUK “GOER GLAMOUR” SEBAGAI INOVASI *DESSERT FUSION FOOD* KEKINIAN ”**

Tujuan penulisan Proposal tugas akhir ini yaitu sebagai salah satu syarat akademis untuk menempuh Tugas Akhir pada jenjang Diploma III Program Studi Seni Kuliner Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Media Kreatif. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan Proposal Tugas Akhir ini, yaitu diantaranya:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri MediaKreatif.
2. Dr Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si. selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Pariwisata
4. Dimas Bayu Pindandoyo, S.Si., M.Sc., selaku Kepala Program Studi Seni Kuliner
5. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Dosen Pembimbing 1
6. M. Ridwan, S.Ikom., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Seni Kuliner yang telah memberikan pengetahuan yang sangat berharga selama penulis menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
8. Cinta pertama dan panutanku, ayahanda Asep Purnama. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau bekerja keras serta mendidik, memberi motivasi, memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai diploma
9. Pintu surgaku, ibunda Yuli. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi saya, beliau juga tidak sempat merasakan Pendidikan dibangku perkuliahan, namun beliau tidak henti memberi semangat, serta do'a yang selalu mengiringi langkah penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan program studi sampai selesai

10. Adikku satu-satunya Sopiyan Maulana yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dan selalu membantu penulis dalam hal apapun
11. Siti Nur Khalifah (Penulis). Terima kasih banyak sudah bertahan sampai detik ini, sudah berusaha menahan sabar, ego, tetap semangat dan tidak putus asa atas pencapaian dalam menyelesaikan Tugas Akhir meskipun banyak hal-hal yang membuat putus asa disaat proses menyelesaikan pencapaian ini
12. Teman-teman tim bajigur yang selalu membantu satu sama lain dan selalu memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir ini. Untuk itu, penulisan mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 01 Juli 2024



Siti Nur Khalifah

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Fusion Food.....	7
B. Bajigur.....	8
C. Choux.....	9
D. Uji Penerimaan Pasar	10
BAB III.....	12
METODE PENELITIAN	12
A. Data / Objek penulisan	12
B. Profil Usaha	12
C. Tempat dan Waktu Penelitian	15

D. Populasi dan Sampel	15
E. Analisis Segmenting Targeting dan Positioning	17
F. Teknik Pengumpulan data.....	18
G. Pengukuran dan Analisis Data	20
H. Ruang lingkup	23
H. Langkah Kerja.....	24
BAB IV	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Analisis <i>Segmenting Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	26
B. Hasil Penjualan Pada Produk “ <i>Goer Glamour</i> ” Selama 20 Hari.....	28
C. Uji Penerimaan Pasar Terhadap “ <i>Goer Glamour</i> ”	31
BAB V	78
PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Table 1 Bobot Nilai Kuesioner	21
Table 2 Kriteria Skala Likert.....	22
Table 3 Kriteria Skala Guttman	22
Table 4 Kriteria Analisis	23
Table 5 hpp (harga pokok produksi)	14
Table 6 Jangkauan Skor Kelas SES	27
Table 7 Kategori SES.....	27
Table 8 perbandingan harga	28
Table 9 hasil penjualan produk Goer Glamour	29
Table 10 Hasil data demografis	31
Table 11 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Cita Rasa Tentang Menyukai Rasa Dari Produk “Goer Glamour”	36
Table 12 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Cita Rasa Tentang Menyukai Aroma Dari Produk “Goer Glamour”	37
Table 13 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Cita Rasa Tentang Menyukai Aftertaste Dari Produk “Goer Glamour”	39
Table 14 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Cita Rasa Tentang Menyetujui bahwa Produk “Goer Glamour” Rasanya Enak.....	40
Table 15 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Packaging Tentang Menyukai Desain Packaging pada Produk “Goer Glamour”	42
Table 16 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Packaging Tentang Menyetujui bahwa informasi mengenai produk “Goer Glamour” sudah jelas tertera pada packaging.....	44
Table 17 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Packaging Tentang Menyetujui bahwa Packaging pada produk “Goer Glamour” dapat dan mudah dibawa kemana saja.....	46

Table 18 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Packaging Tentang Menyetujui bahwa Packaging pada produk “Goer Glamour” sudah mencerminkan nilai atau identitas produk dengan baik.....	47
Table 19 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Packaging Tentang Menyetujui bahwa Packaging pada produk “Goer Glamour” termasuk packaging ramah lingkungan.....	49
Table 20 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Packaging Tentang Menyetujui bahwa Packaging pada produk “Goer Glamour” dapat kedap udara. 51	
Table 21 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Harga Produk Tentang Menyetujui bahwa dengan harga Rp 13.000 untuk membeli produk “Goer Glamour” dengan rasa yang disajikan sudah sesuai atau sepadan.	53
Table 22 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Harga Produk Tentang Menyetujui bahwa dengan harga Rp 13.000 untuk membeli produk “Goer Glamour” dengan packaging yang ditawarkan sudah sesuai atau sepadan.....	55
Table 23 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Harga Produk Tentang Menyetujui bahwa dengan harga Rp 13.000 untuk membeli produk “Goer Glamour” dengan porsi yang ditawarkan sudah sesuai atau sepadan.	57
Table 24 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Minat Beli Tentang Menyetujui untuk melakukan pembelian kembali produk “Goer Glamour”.....	59
Table 25 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Minat Beli Tentang Menyetujui untuk merekomendasikan produk “Goer Glamour” kepada orang lain.	61
Table 26 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Positioning Tentang Menyetujui dengan rasa yang disajikan pada produk “Goer Glamour” dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.	63
Table 27 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Positioning Tentang Menyetujui dengan Packaging yang ditawarkan pada produk “Goer Glamour” dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.	65
Table 28 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Positioning Tentang Menyetujui dengan harga Rp 13.000 yang diberikan pada produk “Goer Glamour” dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.....	66
Table 29 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Positioning Tentang Menyetujui bahwa bentuk bulat pada produk “Goer Glamour” ini sudah sesuai dengan bentuk Choux Au Craquellin.....	68

Table 30 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Positioning Tentang Menyetujui bahwa warna coklat pada produk “Goer Glamour” ini sudah sesuai dengan warna Choux Au Craquellin.....	70
Table 31 Hasil Penilaian Uji Penerimaan Pasar Pada Indikator Positioning Tentang Menyetujui bahwa tekstur lembut pada produk “Goer Glamour” ini sudah sesuai dengan tekstur Choux Au Craquellin.....	72
Table 32 Hasil Overall Acceptability Dari Cita Rasa, Packaging, Harga Produk, Minat Beli dan Positioning Pada Produk “Goer Glamour”	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bajigur.....	8
Gambar 2 choux au craquelin.....	9
Gambar 3 Grafik Jumlah Penjualan Goer Glamour.....	30
Gambar 4 hasil data menurut jenis kelamin.....	32
Gambar 5 hasil data menurut Usia.....	33
Gambar 6 hasil data menurut Domisili.....	34
Gambar 7 hasil data menurut Pendapatan Orang tua.....	35
Gambar 8 Grafik Rata-rata Indikator Cita Rasa Tentang Menyukai Rasa Dari Produk “Goer Glamour”.....	36
Gambar 9 Grafik Rata-rata Indikator Cita Rasa Tentang Menyukai Aroma Dari Produk “Goer Glamour”.....	38
Gambar 10 Grafik Rata-rata Indikator Cita Rasa Tentang Menyukai Aftertaste Dari Produk “Goer Glamour”.....	39
Gambar 11 Grafik Rata-rata Indikator Cita Rasa Tentang setuju bahwa produk “Goer Glamour” rasanya enak.....	41
Gambar 12 Grafik Rata-rata Indikator Packaging Tentang Menyukai desain dari packaging pada produk “Goer Glamour”.....	43
Gambar 13 Grafik Rata-rata Indikator Packaging Tentang setuju bahwa informasi mengenai produk “Goer Glamour” sudah jelas tertera pada packaging.....	44
Gambar 14 Grafik Rata-rata Indikator Packaging Tentang setuju bahwa packaging pada produk “Goer Glamour” dapat dan mudah dibawa kemana saja.....	46
Gambar 15 Grafik Rata-rata Indikator Packaging Tentang setuju bahwa packaging pada produk “Goer Glamour” sudah mencerminkan nilai atau identitas dengan baik.....	48
Gambar 16 Grafik Rata-rata Indikator Packaging Tentang setuju bahwa packaging pada produk “Goer Glamour” termasuk packaging ramah lingkungan.....	50
Gambar 17 Grafik Rata-rata Indikator Packaging Tentang setuju bahwa packaging pada produk “Goer Glamour” dapat kedap udara.....	52

Gambar 18 Grafik Rata-rata Indikator Harga Produk Tentang setuju dengan harga Rp 13.000 untuk membeli produk “Goer Glamour” dengan rasa yang disajikan sudah sesuai atau sepadan	54
Gambar 19 Grafik Rata-rata Indikator Harga Produk Tentang setuju dengan harga Rp 13.000 untuk membeli produk “Goer Glamour” dengan rasa yang disajikan sudah sesuai atau sepadan	56
Gambar 20 Grafik Rata-rata Indikator Harga Produk Tentang setuju dengan harga Rp 13.000 untuk membeli produk “Goer Glamour” dengan porsi yang ditawarkan sudah sesuai atau sepadan	58
Gambar 21 Grafik Rata-rata Indikator Minat Beli Tentang keinginan melakukan pembelian kembali produk “Goer Glamour”	60
Gambar 22 Grafik Rata-rata Indikator Minat Beli Tentang keinginan merekomendasikan produk “Goer Glamour” kepada orang lain	61
Gambar 23 Grafik Rata-rata Indikator Positioning Tentang setuju dengan rasa yang disajikan pada produk “Goer Glamour” dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.....	63
Gambar 24 Grafik Rata-rata Indikator Positioning Tentang setuju dengan packaging yang ditawarkan pada produk “Goer Glamour” dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah ada	65
Gambar 25 Grafik Rata-rata Indikator Positioning Tentang setuju dengan harag Rp 13.000 yang diberikan pada produk “Goer Glamour” dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.....	67
Gambar 26 Grafik Rata-rata Indikator Positioning Tentang setuju bahwa bentuk bulat pada produk “Goer Glamour” ini sudah sesuai dengan bentuk choux au craquelin.....	69
Gambar 27 Grafik Rata-rata Indikator Positioning Tentang setuju bahwa warna coklat pada produk “Goer Glamour” ini sudah sesuai dengan warna choux au craquelin.....	71
Gambar 28 Grafik Rata-rata Indikator Positioning Tentang setuju bahwa tekstur lembut pada produk “Goer Glamour” ini sudah sesuai dengan tekstur choux au craquelin.....	73

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	83
Lampiran 2 Foto produk “Goer Glamour”	84
Lampiran 3 Foto Kemasan “Goer Glamour”	85
Lampiran 4 kuesioner uji penerimaan pasar pada produk “Goer Glamour”	86
Lampiran 5 Rekap Penilaian Kuesioner	92
Lampiran 6 Foto Pembeli Produk “Goer Glamour”	105
Lampiran 7 Foto Pembeli Produk “Goer Glamour”	106
Lampiran 8 Foto Uji Laporan Tugas Akhir	107
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	108