

---

## Analisis Penerimaan Pasar Terhadap Mie Berbahan Tempe dan Kelor

Damiati<sup>1</sup>, Putu Indah Rahmawati<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> S1 Pendidikan Vokasi Kuliner, Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Bali, Indonesia

<sup>2</sup> S2 Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Bali, Indonesia

[damiati@undiksha.ac.id](mailto:damiati@undiksha.ac.id)<sup>1</sup> [Indah.rahma@undiksha.ac.id](mailto:Indah.rahma@undiksha.ac.id)<sup>2</sup>

---

Received: April, 2023

Accepted: May, 2023

Published: June, 2023

---

### Abstract

*This research aimed to analyze the customer acceptance on healthy noodle made from tempeh and morringga. This noodle is a new innovation to give the market a healthy choice for their consumption. This research was conducted using quantitative methods. The questionnaire was designed using likert scales. researchers gave samples of Mie Pelor to SMK students, lecturers, teachers and parents of students in kindergarten. The object of this research is noodle texture, taste, color. Data then analyzed with descriptive quantitative methods. This research found that the Pelor Noodle has high quality in term of texture, taste and color presentation. Therefore, respondents stated that Mie Pelor was ready to be marketed and believed to be accepted by the market. Most respondents stated that they were ready to buy and recommend Pelor Noodle.*

**Keywords:** *noodles, morringga, tempe, respondents' opinion, market.*

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pelanggan terhadap mie sehat berbahan tempe dan morringga. Mie ini merupakan inovasi baru untuk memberikan pasar pilihan yang sehat untuk dikonsumsi mereka. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Kuesioner dirancang menggunakan skala likert. peneliti memberikan sampel Mie Pelor kepada siswa SMK, dosen, guru dan orang tua siswa di TK. Objek penelitian ini adalah tekstur, rasa, warna mie. Data kemudian dianalisis dengan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa Mie Pelor memiliki kualitas tinggi dalam hal tekstur, rasa dan penyajian warna. Oleh karena itu, responden menyatakan bahwa Mie Pelor siap dipasarkan dan dipercaya diterima pasar. Sebagian besar responden menyatakan siap membeli dan merekomendasikan Mie Pelor.*

**Kata kunci:** *mie, kelor, tempe, pasar, pelor*

## 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Buleleng memiliki hasil hutan yang sangat luas dan sebagian besar di manfaatkan untuk menanam pohon kelor di sela-sela tanaman hutan lainnya. Produksi daun kelor setiap bulannya berlimpah. Namun, penjualan daun kelor selama ini masih tradisional dan hanya di jual di pasar lokal. Pada umumnya di jual di pasar tradisional dengan harga Rp. 5000,- per kilo. Karena harga jual masih sangat murah maka pendapatan petani daun kelor di Kabupaten Buleleng masih sangat rendah.

Kelor merupakan tumbuhan lokal asli Indonesia yang kaya akan klorofil (Limantara, 2007) sehingga memiliki potensi sebagai pewarna hijau. Selain itu klorofil berfungsi sebagai desinfektan dan antibiotik, bahkan sebelum adanya obat-obatan sintetis. Daun kelor merupakan bahan makanan yang mengandung fitosterol, dengan kadar B-Sitosterol 3644,44 µg/g, Kampesterol 1261,27 µg/g dan Stigmasterol 8363,91 µg/g (Mutiara, 2011). Dalam penggunaannya biasanya bahan pewarna alami kurang awet sehingga akan mengalami ketidakstabilan baik pada penyimpanan maupun pada hasil olah hidangan. Daun kelor dapat dimanfaatkan menjadi ekstrak atau tepung adalah salah satu solusi untuk memperpanjang daya simpan dan agar dapat lebih banyak lagi digunakan sebagai penganekaragaman produk (Mutiara, 2011). Salah satu produk yang dapat disubstitusi dengan ekstrak daun kelor adalah mie.

Penelitian terkait penambahan kelor atau serbuk kelor kedalam adonan mie telah banyak dilakukan sebelumnya. Inovasi penambahan kelor kedalam adonan mie sudah dilaksanakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya (Khasanah dan Astuti, 2019; Husna, 2017, Astutik, Wahjuningsih, Larasati, nd; Saloko, Alamsyah, Cicilia, Nuzulina, 2020; Maulida dan Ismawati, 2016). Hasil penelitian oleh Khasanah dan Astuti (2019) menunjukkan bahwa berdasarkan uji kimiawi protein, menunjukkan adanya peningkatan kadar protein seiring dengan meningkatnya penambahan ekstrak daun kelor dalam adonan mie. Husna (2017) menyebutkan bahwa semakin banyak komponen ekstrak daun kelor menyebabkan sifat elastisitas mie berkurang sehingga akan mudah putus apabila terjadi tekanan berupa tarikan atau regangan. Semakin banyak penambahan serbuk daun kelor maka kadar antioksidan mie kering semakin meningkat (Astutik, Wahjuningsih, Larasati, .....). Saloko, Alamsyah, Cicilia, Nuzulina (2020) juga menemukan bahwa fortifikasi tepung daun kelor akan meningkatkan kandungan protein pada mie, sedangkan tepung rumput laut memberikan kandungan serat kasar dan memberikan sifat fisik mie yang lebih baik. Maulida & Ismawati, (2016) juga menemukan kandungan karbohidrat, lemak, protein, fosfor, kadar air, kalsium, zat besi dan serat pada mie kering mocaf puree daun kelor lebih tinggi daripada kandungan mie kering kontrol. Dari penelitian-penelitian tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa penambahan kelor kedalam adonan mie memberikan tambahan gizi yang bagus untuk menjaga kesehatan dengan kadar antioksidan, protein dan serat yang tinggi. Penelitian lain terkait pembuatan mie sehat adalah mie tempe. Maryam dan Damiati (2016) telah melakukan penelitian terkait upaya mensubstitusi tepung terigu dengan dengan tepung tempe sebagai mie sehat. Hal ini menjadikan mie tempe sebagai bahan pangan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai bahan makanan yang sehat dan bergizi. Tempe mengandung protein sehingga berkontribusi dalam menjadikan mie tempe sebagai bahan pangan yang mengandung nilai gizi yang tinggi.

Dari penelitian-penelitian tersebut diatas, maka tim peneliti mengambil inisiatif untuk membuat produk inovasi Mie Tempe Kelor (Mie Pelor). Pemanfaatan ekstrak daun kelor sebagai bahan pewarna alami dalam pembuatan mie tempe dapat membantu peningkatan nilai gizi pada mie tempe tersebut sehingga menjadi tinggi karbohidrat, protein, juga kaya akan serat. Selain itu, Mie Pelor juga mengandung anti oksidan yang tinggi dari warna hijau yang alami dari daun kelor. Inovasi Mie Pelor oleh tim peneliti Undiksha ini berupaya mengolah daun kelor menjadi pangan yang bisa di sukai oleh konsumen. Target pasar dari produk Mie Pelor adalah anak-anak yang mayoritas suka makan mie.

Produk baru yang diciptakan oleh peneliti diberi nama Mie Pelor dan sedang dipersiapkan untuk dipasarkan. Namun sebelumnya perlu dilakukan uji penerimaan pasar untuk mendapatkan gambaran potensi pasar dari sebuah produk ketika akan diluncurkan kepasar, meskipun tidak menjamin produk tersebut dapat dengan mudah di pasarkan dengan sendirinya (Susiwi, 2009). Penelitian terkait analisis penerimaan pasar terhadap inovasi produk makanan telah banyak dilakukan oleh para peneliti di dunia. Penelitian terkait penerimaan terkait produk halal telah dilakukan oleh Non-Muslim consumers do have positive attitude on Halal concept and have the intention to purchase Halal food (Vloreen, Ardiana, & Siti 2014). Non-value Halal because of health benefits it provides which is purely voluntary on an individual decision rather than because to obey religion requirement.

Penelitian terkait penerimaan pasar terhadap produk makanan organik juga telah dilakukan oleh Basha, Mason, Shamsudin, Hussain, Salem, Ali (2015). Mereka menyatakan bahwa The interest of consumers and public institutions in organically-produced foods has increased globally. The result of researches shows that there is a positive relation between attitude toward organic food and buying intention of organic food (Chan & Lau, 2000; Aertsens et al., 2009; Gracia & Magistris, 2007). Organic food from organic agriculture not only preserves the environment, but also has less harmful substances and give significant benefits for human health.

Penelitian terkait penerimaan pasar terhadap produk makanan juga telah dilaksanakan oleh Sulistami, Masruriyah, Dasmadi (2019) yang melaksanakan penelitian tentang penerimaan pasar terhadap produk mie berbahan dasar mocaf kaya beta caroten. This research found that mocaf-based vegetable noodle products have good market potential, can be accepted by the market with a percentage of noodle texture acceptance index of 79.47% and taste of 80.52%. As for the price of the product, the respondent receives a product in the range of Rp. 6,500 to Rp. 7,500 per pack, with a percentage of acceptance index of 86.31%. Penelitian lain terkait penerimaan pasar terhadap produk mie juga dilakukan oleh Okwundu (2014). Penelitian ini menemukan bahwa the nutritional content of cassava based instant noodle food can be optimized using modeled matrix of soybean-fortified cassava flour (Okwundu, 2014). Therefore, consumers shows positive attitude toward the innovation of using cassava for instant noodle.

Dari review literature yang telah dilakukan, ditemukan research gap bahwa penelitian terkait inovasi pembuatan mie tempe kelor belum pernah dilakukan dan demikian juga dengan penelitian terkait analisis penerimaan pasar terhadap inovasi Mie Pelor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pasar pada produk inovasi yang diciptakan tim peneliti Undiksha yaitu Mie Pelor.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mendapatkan preferensi responden dengan desain yang menelaah seberapa kuat subject penelitian setuju atau tidak setuju dengan pernyataan dalam kuesioner (Widhyanty & Wulandari, 2019). Subjek dari penelitian ini adalah responden yang telah mencoba produk mie pelor yang diciptakan peneliti. Peneliti memberikan sampel Mie Pelor kepada siswa/siswi SMP, dosen, guru dan orang tua siswa di taman kanak-kanak. Objek dari penelitian ini adalah rasa mie, komposisi bahan, kesiapan untuk dipasarkan. Pengambilan sampel sebagai subjek penelitian menggunakan purposive sampling yang merupakan spesifikasi dari teknik pengambilan sampel secara non-probability (Indriantoro & Supomo, 2002). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari pihak pertama atau subjek penelitian langsung dengan cara memberikan online survey kepada responden yang terlebih dahulu

mencicipi produk mie pelor atau consumers yang sudah pernah membeli Mie Pelor. Data yang telah terkumpul di analisis dengan teknik analisis data kuantitatif deskriptif.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskripsi Data

Mie Pelor merupakan inovasi dari tim peneliti Undiksha dengan menggunakan tempe dan kelor kedalam adonan mie dan mengolahnya menjadi mie segar maupun mie kering. Mie Pelor ini diciptakan atas dasar keprihatinan kepada anak-anak dan remaja yang senang mengkonsumsi makanan instan terutama mie. Saat ini, mie yang beredar lebih banyak adalah mie yang hanya mengandung karbohidrat. Dengan menciptakan inovasi mie pelor, diharapkan bisa menyediakan makanan yang lebih sehat kepada masyarakat Indonesia. Inovasi Mie Pelor ini juga diarahkan untuk membantu pemerintah menurunkan angka stunting di Indonesia. Inovasi Mie Pelor dibuat dalam beberapa variasi menu yaitu: mie ayam, mie bakso, mie soto, mie bolognaise, mie soto dan mie kare (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Mie Pelor Dalam Proses Produksi  
[Sumber: Dokumentasi Peneliti]



Gambar 2. Mie Pelor Setelah Diolah Untuk Melaksanakan Uji Pasar  
[Sumber: Dokumentasi Peneliti]



Gambar 3. Kegiatan Uji Pasar Mie Pelor  
[Sumber: Dokumentasi Peneliti]

Peneliti menyebarkan 100 kuesioner dengan teknik purposive sampling. Respon rate untuk kuesioner yang disebar adalah 80%. The data was further analyzed to measure

the acceptance level of the respondents. Based on the scores, respondents agreed that taste of Mie Pelor has met the respondents' expectation. Dari hasil survey yang disebar dan diperoleh data bahwa dari segi rasa, responden sudah memberikan angka bagus kepada Mie Pelor. Dalam chart 1 dapat dilihat bahwa 26% responden memberikan angka 8, 43% responden memberikan angka 9, dan 17,7% memberikan angka 10. Namun, masih ada 12% yang memberikan angka yang kurang bagus. Sehingga tim mie pelor perlu bekerja lebih keras untuk memperbaiki rasa dari mie pelor.

Beberapa quote yang menyatakan bahwa rasa mie pelor sudah enak adalah sebagai berikut:

Mie pelor ayam enak dan kenyal, dan rasanya sangah has, untuk itu mhn ditingkatkan kadar bumbunya biar lebih sempurna lagi dan tambahkan tanggal kadaluarsa untuk bisa dikonsumsi...terima kasih<sup>23</sup>

Pokoknya mie pelor...enaakkkk 🍴 🍴 🍴 🍴 27

Kekenyalan mie sudah sangat baik dan rasa sudah pas tidak terlalu asin tidak terlalu hambar, dan siap untuk dijual<sup>31</sup>

Rasa mie enak, kenyal, condimentnya perlu ditambah<sup>33</sup>

Rasa mie sudah pas dan sangat enak. Mungkin utk pemasaran saja, perlu dibuat beberapa booth atau stand mie pelor shg memudahkan konsumen utk membeli<sup>49</sup>

Beberapa quote yang menyatakan bahwa mie pelor perlu melakukan perbaikan rasa adalah sebagai berikut:

Mie kelornya kurang padat dan terlalu lembek , jadi saat di jepit memakai sumpit jadi putus dan sulit jepit, tempennya kurang berasa, kuah dan pentol nya enak dengan daun bawang nya 21

Tekstur mie kurang kenyal<sup>12</sup>

Rasa kelor dominan dan terasa pengar ( rasa kelor msh mentah). Daging ayam sebaiknya tanpa tulang dan lemak. Penyajian sdh baik<sup>45</sup>

Tekstur dan rasa miennya perlu diperhatikan kembali. Teksturnya belum sesuai masih lembek dan rasa daunnya tajam<sup>33</sup>

Campuran bahan miennya terlalu gampang putus<sup>17</sup>

Sesuai dengan masukan dari responden, maka tim inventor agar berupaya keras untuk melakukan percobaan ulang untuk mendapatkan komposisi bahan agar rasa yang diharapkan seluruh respondent dapat tercapai.

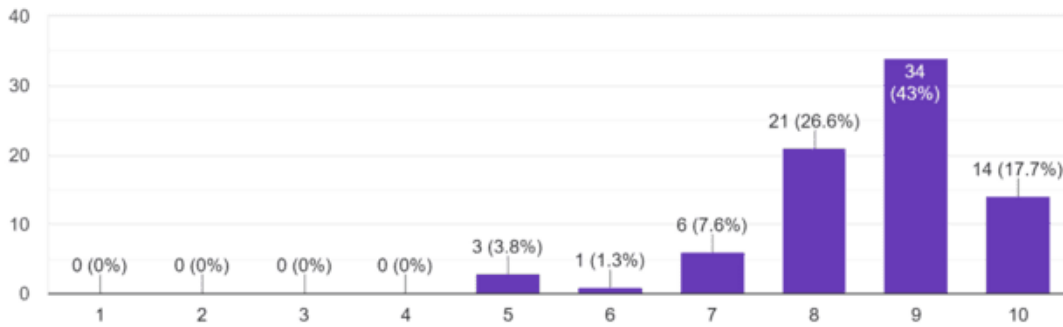


Chart 1. Responden Assessment Regarding the Taste of Pelor Noodles  
[Sumber: Research data tabulation]

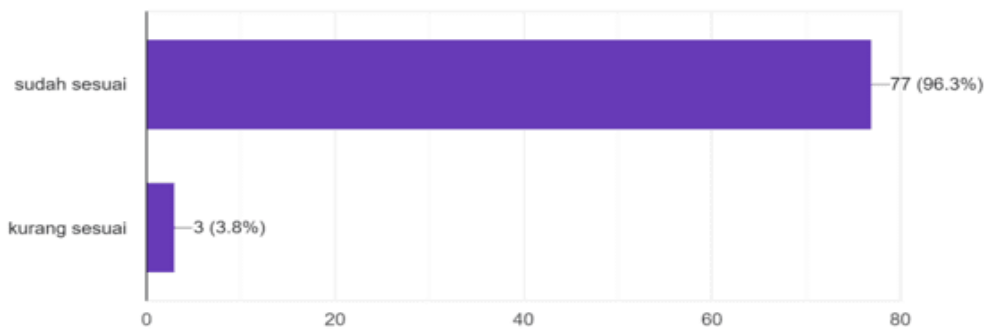


Chart 2. Mie Pelor Presentation Based on Respondent's Opinion  
[Sumber: Research data tabulation]

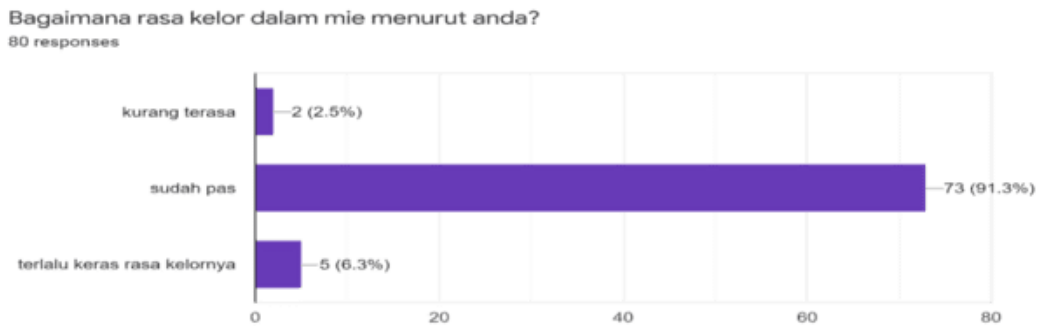


Chart 3. Composition of Kelor on Noodle Ingredients Based on Respondent Opinion  
[Sumber: Research data tabulation]

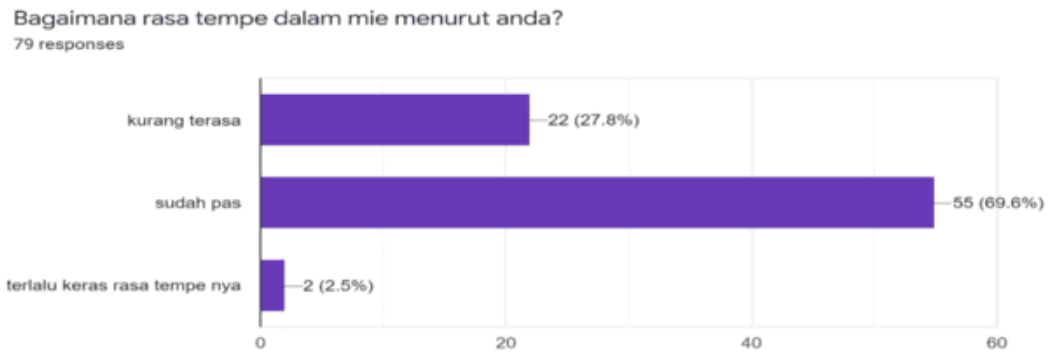


Chart 4. Taste of Tempeh on Noodle Based on Respondent Opinion  
[Sumber: Research data tabulation]

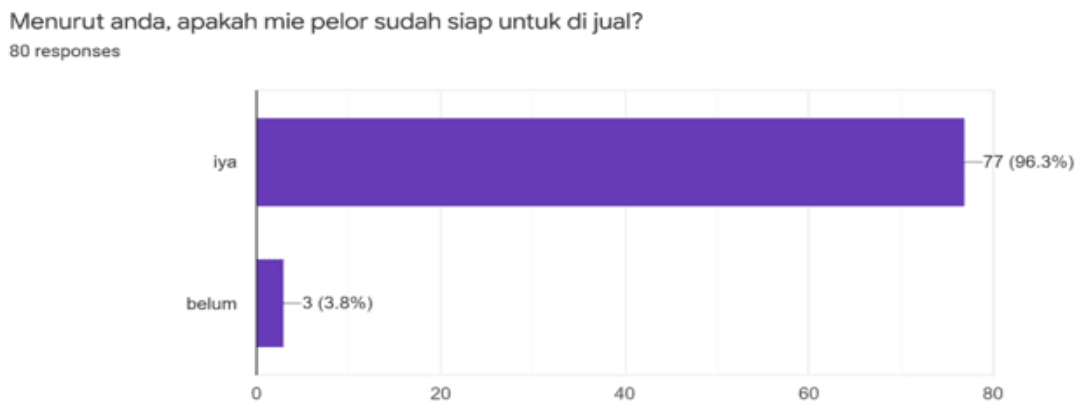


Chart 5. Readiness to Market The Product  
[Sumber: Research data tabulation]



Chart 6. Respondents willingness to recommend Mie Pelor  
[Sumber: Research data tabulation]

### **3.2 Pembahasan**

Dalam penyajiannya kepada responden, Mie Pelor sudah mendapatkan nilai yang bagus. 96% responden memberikan nilai sudah sesuai (nilai 80) dan hanya 3,8% menyatakan kurang sesuai. Berdasarkan penelusuran dalam data kuesioner pertanyaan terbuka, beberapa masukan dari responden adalah dengan menambahkan condiment dan sambal yang disesuaikan dengan tingkat kepedasan yang dipesan oleh pembeli. Data mengenai pendapat responden terkait penyajian mie pelor dapat dilihat pada bagan 2.

#### **Komposisi Bahan Dalam Mie Pelor**

Dalam hal komposisi bahan dalam adonan mie pelor, responden memberikan komen bahwa rasa kelor sudah pas dalam adonan mie (91,3%) sedangkan 2,5% menyatakan kelornya kurang terasa dan 5,6% menyatakan sudah terlalu keras rasa kelornya. Bukti hasil survey terhadap komposisi rasa kelor dalam adonan mie dapat dilihat pada Bagan 3. Terkait komposisi kelor dalam mie, sesuai dengan takaran pada resep yang sudah dibuat oleh tim peneliti maka diputuskan untuk menggunakan resep yang ada.

#### **Bagan 3. Rasa Kelor Dalam Mie Menurut Responden**

Demikian juga dengan rasa tempe dalam Mie Pelor, menurut 69% responden komposisi rasa tempe sudah sesuai dan 27,8% menyatakan bahwa rasa tempe masih kurang. Hanya 2,5% yang menyatakan rasa tempe terlalu keras. Oleh karena itu, tim peneliti memutuskan untuk menambah takaran tempe dalam komposisi adonan tepung tempe.

#### **Kesiapan Produk Untuk Masuk Pasar**

Pertanyaan selanjutnya adalah menyangkut pendapat responden apakah produk sudah siap di jual. Pada bagan 5 dapat dilihat bahwa 96% responden menyatakan produk siap jual dan hanya 4% menyatakan produk belum siap dipasarkan. Pada Bagan 6 dapat dilihat bahwa 87,3% Responden juga menyatakan siap membantu merekomendasikan produk dan 12,7 responden menyatakan mungkin. Oleh karena itu, tim peneliti dapat menyimpulkan bahwa produk inovasi yang sedang dikembangkan ini sudah mulai bisa di kemas untuk dipasarkan kepada publik.

### **4. KESIMPULAN**

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui penerimaan pasar terhadap produk inovasi yang dikembangkan oleh tim peneliti Universitas Pendidikan Ganesha yaitu mie tempe kelor (mie pelor). Berdasarkan hasil survey yang disebarkan kepada responden yang telah mencicipi produk mie pelor maka dapat disimpulkan bahwa produk sudah memenuhi standar rasa dan cara penyajian serta sudah dinyatakan siap untuk dijual. Namun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki terutama dalam penyajian, perlu ditambahkan condiment seperti krupuk pangsit, bakso atau mie ayam yang bisa menambah cita rasa dari mie pelor. Proses selanjutnya adalah tahapan pengemasan yang juga memerlukan teknik tersendiri dan proses perijinan yang harus dilalui untuk bisa memenuhi aturan-aturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk itu, disarankan agar produk mie pelor melakukan proses pengurusan PIRT, sertifikat halal dan mendaftarkan merk dagang sebelum produk dibuatkan kemasan yang dibuat dengan skala lebih besar

### **PERNYATAAN PENGHARGAAN**

Penelitian ini tidak akan terjadi tanpa dukungan dana dari Departemen Pendidikan Tinggi Indonesia dan Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha), Bali, Indonesia. Kami juga berterima kasih atas dukungan dari Inkubator Bisnis Undiksha dan seluruh responden atas waktu, keahlian, dan tenaganya untuk mendukung penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aertsens, J., Mohdelaers, K. and Huylenbroeck, G.V. (2009). Differences in retain strategies on the emerging organic market. *British Food Journal*, Vol.111(2), pp.138-154.
- Ahmad Ni'matullah Al-Baarri<sup>1,2</sup>, Widayat<sup>2,3</sup>, Bambang Cahyono<sup>2,4</sup>, Anditasari Baety Nirbaya<sup>1</sup>, Umniyatul Khairunnisa<sup>1</sup>, Widia Pangestika<sup>2</sup>,
- Chan, R.Y.K. and Lau, L.B.Y. (2000). Antecedents of green purchases: A survey in China. *Journal of Consumer Marketing*, Vol.17(4), pp.338-357.
- Dwi Astutik, Sri Budi Wahjuningsih, Dewi Larasati<sup>3</sup>, Penambahan Serbuk Daun Kelor (*Moringa oleifera*) Terhadap Sifat Fisikokimia dan Organo leptik Mie Kering Mocaf,
- Gracia, A. and de Magistris, T. (2007). Organic food product purchase behavior: A pilot study for urban consumers in the South of Italy. *Spanish Journal of Agricultural Research*, Vol.5(4), pp.439-451.
- Mohamed Bilal Basha, Cordelia Mason, Mohd Farid Shamsudin, Hafezali Iqbal Hussain, Milad Abdelnabi Salem, Azlan Ali,. (2015). Consumer Acceptance Towards Organic Food. *Global Journal of Interdisciplinary Social Science*. Vol 4 (3), p.29-32.
- Bungin, B (2005) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group (Kencana)
- Indriantoro dan Supomo (2002) *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Limantara L, 2004. Daya penyebaran klorofil,kompas. Available online.at:<http://www.kompas.com/kompas.cetak/0404/06/humaniora/951245.htm>.
- Maryam Siti,dan Damiati. 2016 . Pengembangan mie sehat berbahan baku tepung tempe menjadi mie tempe.
- Mutiara T, 2011 Uji Efek Pelancar ASI Tepung Daun Kelor pada tikus putih galur wister. UB Malang. Susiwi, S. (2009) *Penilaian Organoleptik*. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Satrijo Saloko, Ahmad Alamsyah, Siska Cicilia, Baiq Nuzulina. 2020. Pengaruh Fortifikasi Daun Kelor dan Rumput Laut Terhadap Mutu Mie "JENIuS". *Jurnal Keteknik Pertanian Tropis dan Biosistem* 8(3), p. 217-227.
- Vloreen Nity Mathewa, Ardiana Mazwa Raudah binti Amir Abdullah , and Siti Nurazizah binti Mohamad Ismail. 2014. Acceptance on Halal Food among Non-Muslim Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121, p. 262 - 271
- Widhyanty, W., dan Wulandari, R. (2019) Pengujian Kualitas Knowledge Management System untuk Unit Layanan Sertifikasi Algoritma. *Prosiding SISFOTEK*, 3 (1), 108-113.