

## RINGKASAN

UMKM Cahaya Bulan merupakan salah satu industri rumah tangga di Kabupaten Banyumas yang memproduksi dodol berbahan dasar tapai singkong. Saat ini, UMKM Cahaya Bulan sedang mengembangkan dodol varian baru dengan penambahan jahe. Dalam pengembangan produk baru, produsen perlu mengetahui tingkat penerimaan konsumen terhadap produk yang dikembangkan sehingga dapat dipasarkan. Salah satu aspek penting yang menentukan penerimaan konsumen terhadap produk pangan adalah karakteristik sensori. Aspek tersebut juga penting dalam menentukan kualitas suatu produk pangan. Apabila terdapat permasalahan mengenai penerimaan konsumen terhadap atribut sensori produk pangan, perlu dilakukan langkah perbaikan untuk menjaga atau meningkatkan kualitasnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji penerimaan konsumen terhadap atribut sensori dodol tapai rasa jahe yang diproduksi oleh UMKM Cahaya Bulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen dan penerimaan mutu hedonik dodol tapai rasa jahe produksi UMKM Cahaya Bulan. Selanjutnya, faktor penyebab dari permasalahan mengenai penerimaan dodol tapai rasa jahe diidentifikasi untuk menentukan saran atau solusi perbaikan.

Penelitian ini terdiri dari 3 tahapan penelitian, identifikasi penerimaan konsumen dodol tapai rasa jahe, analisis pengaruh karakteristik konsumen terhadap penerimaan dodol tapai rasa jahe, serta penentuan akar permasalahan dan solusi dalam penerimaan dodol tapai rasa jahe. Uji penerimaan menggunakan metode *purposive sampling* dan melibatkan 100 responden konsumen yang merupakan masyarakat Purwokerto. Karakteristik konsumen yang diamati meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan pendapatan per bulan. Data penerimaan konsumen dianalisis secara deskriptif kuantitatif, sedangkan pengaruh karakteristik konsumen dianalisis dengan uji *chi-square* menggunakan IBM SPSS 23. Identifikasi faktor penyebab permasalahan dalam penerimaan dodol tapai rasa jahe menggunakan diagram sebab-akibat atau diagram *fishbone*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan konsumen terhadap dodol tapai rasa jahe pada atribut warna, aroma khas jahe, rasa manis, dan intensitas rasa tapai disukai oleh konsumen. Karakteristik konsumen berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan pendapatan per bulan tidak berpengaruh terhadap penerimaan dodol tapai rasa jahe. Permasalahan pada penerimaan dodol tapai rasa jahe yaitu tekstur dodol yang tidak kenyal dan berpasir serta intensitas rasa pedas jahe yang terlalu kuat.

## **SUMMARY**

UMKM Cahaya Bulan is one of the home industries in Banyumas Regency that produces dodol made from cassava tapai. Currently, UMKM Cahaya Bulan is developing a new variant of dodol with the addition of ginger. In developing new products, producers need to know the level of consumer acceptance of the product being developed so that it can be marketed. One important aspect that determines consumer acceptance of food products is sensory characteristics. This aspect is also important in determining the quality of a food product. If there are problems regarding consumer acceptance of the sensory attributes of food products, corrective steps need to be taken to maintain or improve the quality. Therefore, it is necessary to test consumer acceptance of the sensory attributes of ginger flavored tapai dodol produced by UMKM Cahaya Bulan. This research aims to determine the level of consumer preference and acceptance of the hedonic quality of ginger flavored tapai dodol produced by UMKM Cahaya Bulan. Next, the factors that cause problems regarding the acceptance of ginger flavored tapai dodol are identified to determine suggestions or solutions for improvement.

This research consisted of 3 research stages, namely the consumer acceptance test of ginger flavored tapai dodol and the influence of consumer characteristics on the acceptance of ginger flavored tapai dodol, as well as determining the factors causing problems and solutions in the acceptance of ginger flavored tapai dodol produced by UMKM Cahaya Bulan. The consumer acceptance test used a purposive sampling method and involved 100 consumer respondents who were Purwokerto residents. Observed consumer characteristics include age, gender, education level, and monthly income. Data on consumer acceptance were analyzed quantitative descriptive, while the influence of consumer characteristics was analyzed using the chi-square test using IBM SPSS 23. Identify factors causing problems in the acceptance of ginger flavored tapai dodol using cause-and-effect diagrams or fishbone diagrams.

The results of the research shows that the consumer acceptance of ginger flavored tapai dodol on the attributes of color, aroma, sweetness, and intensity of tapai taste is liked by consumers. Consumer characteristics based on age, gender, education level, and monthly income have no effect on acceptance of ginger flavored tapai dodol. The problem with accepting the ginger flavored tapai dodol is that the texture of the dodol is not chewy and sandy and the intensity of the spiciness is too strong.