

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sejenis Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengembangan produk pangan bebas gluten dengan berbagai bahan alternatif. Menurut Lopez, (2004) mengevaluasi campuran tepung beras, jagung, dan pati singkong dalam formulasi roti tawar bebas gluten, yang menunjukkan potensi tapi juga tantangan teknis dalam penerapan tekstur dan daya terima konsumen. Dengan memperlihatkan bentuk seperti karet, tidak memiliki struktur yang jelas, mengerut, dan kerak tidak beraturan, dengan volume sedikit dan warna tidak seragam. Juga menunjukkan remah yang mengembang, granulasi kenyal dan padat, tanpa alveoli, dan menunjukkan daya rekat yang memadai pada adonan

Penelitian ini relevan karena sama-sama mengangkat bahan bebas *gluten* lokal, tetapi berbeda dalam jenis produk. Sementara itu, Sulfitri, (2019) mie keriting ubi jalar ungu menyatakan bahwa penerimaan tekstur, rasa dan aroma menunjukkan bahwa semakin banyak tepung ubi ungu panelis semakin suka dan tingkat penerimaan yang sangat baik

Penelitian lain Putri (2024) cookies yang menggunakan tepung ubi jalar ungu dengan persentase terendah menghasilkan aroma harum pada cookies, sedangkan semakin tinggi penambahan tepung ubi jalar ungu yang digunakan maka aroma cookies yang dihasilkan kurang berbau harum dan agak sedikit menyengat

Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun inovasi *gluten-free* semakin berkembang, masih terdapat celah dalam pengembangan produk yang memadukan bahan lokal, nilai gizi, kualitas sensori, dan keterjangkauan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui pendekatan berbasis ubi ungu, yang mudah diperoleh di Indonesia dan memiliki potensi sensori serta fungsional tinggi.

2.2 Landasan Teori dan Konseptual

2.2.1 Sensori Pangan

Menurut Rahayu (2014) evaluasi sensori adalah evaluasi ilmiah terhadap atribut mutu produk pangan melalui pancaindra: penglihatan, penciuman, pengecap, peraba, dan pendengaran. Ditujukan untuk menjamin mutu dan memahami preferensi konsumen. Ini penting bagi industri pangan agar produk diterima konsumen dan mengurangi risiko kegagalan pemasaran. Penilaian sensori menjadi aspek penting dalam pengembangan produk makanan karena keputusan konsumen untuk menerima produk sangat dipengaruhi oleh persepsi sensorik

2.2.2 Preferensi Konsumen

Menurut Anita (2024) Preferensi konsumen adalah pilihan, kesukaan, atau kecenderungan konsumen terhadap produk atau layanan tertentu yang dipengaruhi oleh faktor seperti harga, kualitas, pengalaman pengguna, keberlanjutan, dan nilai sosial. Analisis dalam teori ini umumnya menggunakan kurva indiferens, garis anggaran, dan marginal rate of substitution (MRS) untuk menjelaskan bagaimana konsumen menyeimbangkan pilihan mereka. Namun, perkembangan penelitian kontemporer menunjukkan bahwa preferensi konsumen tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh aspek psikologis, sosial, budaya, hingga tren gaya hidup modern, seperti perhatian pada isu keberlanjutan, kesehatan, dan etika konsumsi. Dengan demikian, teori preferensi konsumen memberikan kerangka konseptual untuk memahami motivasi dan perilaku konsumen dalam mengadopsi atau menolak suatu produk, termasuk produk-produk baru hasil inovasi.

2.2.3 Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan ide terbaru yang memberikan nilai tambah dan berdampak positif bagi kehidupan manusia. Oleh karena itu, inovasi produk ini biasanya terkait dengan teknologi juga. Secara umum, inovasi produk adalah cara untuk menciptakan produk baru yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Memungkinkan pembeli untuk membeli produk seperti yang diharapkan Fauziyah (2021).

Dalam kehidupan, inovasi itu sendiri bertujuan untuk meningkatkan kualitas manusia dan memperoleh banyak keterampilan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Untuk produk juga, tujuan tertentu harus dicapai dalam inovasi produk yaitu peningkatan kualitas, memenuhi kebutuhan konsumen, menciptakan pasar dan komunitas baru, pengembangan dalam pengetahuan dan wawasan, meningkatkan efisiensi produk.

2.2.4 Organoleptik

Menurut Suyanto, (2020) pengujian organoleptik adalah pengujian yang didasarkan pada proses pengindraan. Pengindraan diartikan sebagai suatu proses fisio-psikologis, yaitu kesadaran atau pengenalan alat indra akan sifat-sifat benda karena adanya rangsangan yang diterima alat indra yang berasal dari benda tersebut. Tujuan dari uji ini adalah mengembangkan produk, dan memenuhi selera konsumen.