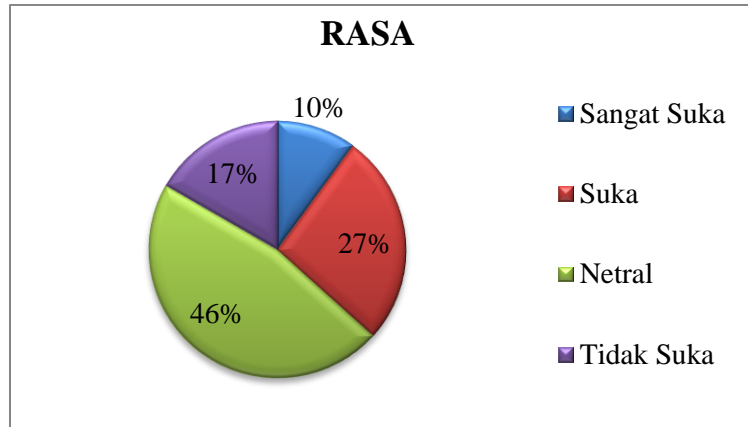


## BAB IV PEMBAHASAN

### 4.1 Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Otentik Falafel

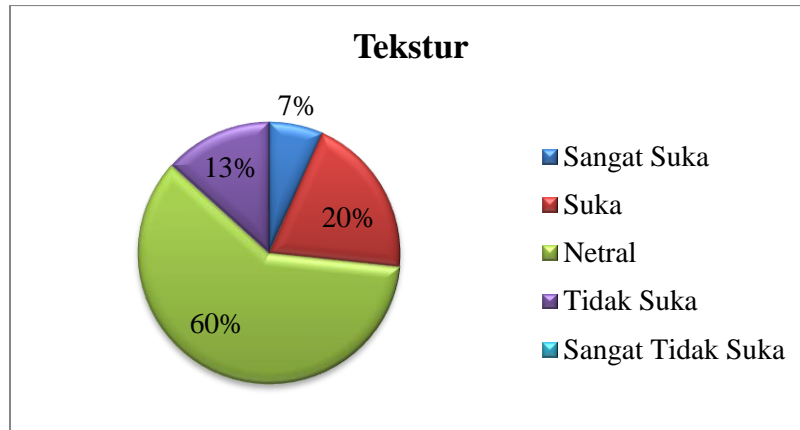
#### 4.1.1 Aspek Rasa



Gambar 4.1 Diagram Rasa (Otentik)

Hasil survei yang disajikan pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa 3 panelis (10%) tidak terlatih sangat suka dengan rasa otentik Falafel, 8 panelis (27%) tidak terlatih suka dengan otentik Falafel, 14 panelis (46%) tidak terlatih netral dengan rasa otentik Falafel, 5 panelis (17%) tidak terlatih tidak suka dengan rasa otentik Falafel, dan dari hasil Gambar 4.1 tidak ada panelis yang sangat tidak suka dengan rasa otentik Falafel. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas panelis memilih preferensi netral dengan rasa dari otentik Falafel. Rasa Falafel sendiri asin gurih dan sedikit *creamy* dari *cheakpea*, dan terasa segar hasil dari daun paterseli, daun ketumbar, dan terkadang daun mint, kemudian dengan rasa rempah-rempah yang melimpah dari jinten, ketumbar, dan bawang putih.

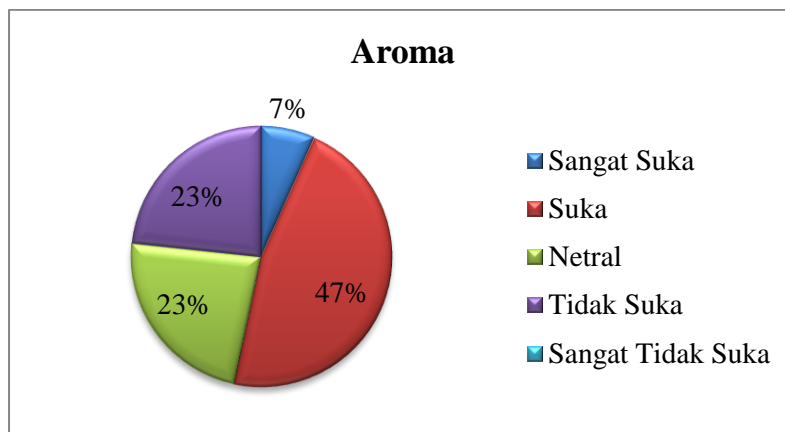
#### 4.1.2 Observasi preferensi konsumen terhadap tekstur /Aspek Tekstur



Gambar 4.2 Diagram Tekstur (Otentik)

Hasil dari Gambar 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas dari 30 panelis netral dengan tekstur otentik Falafel yaitu, 18 panelis (60%) tidak terlatih, 2 panelis (7%) tidak terlatih sangat suka dengan tekstur otentik Falafel, 6 panelis (20%) tidak terlatih suka dengan tekstur otentik Falafel, 4 panelis (13%) tidak terlatih tidak suka dengan tekstur otentik Falafel. Hasil dari survei di atas menunjukkan bahwa mayoritas panelis memiliki preferensi netral terhadap tekstur otentik Falafel. Tekstur dari Falafel sendiri adalah *soft* di dalam dan *crispy* diluar karena ada proses goreng.

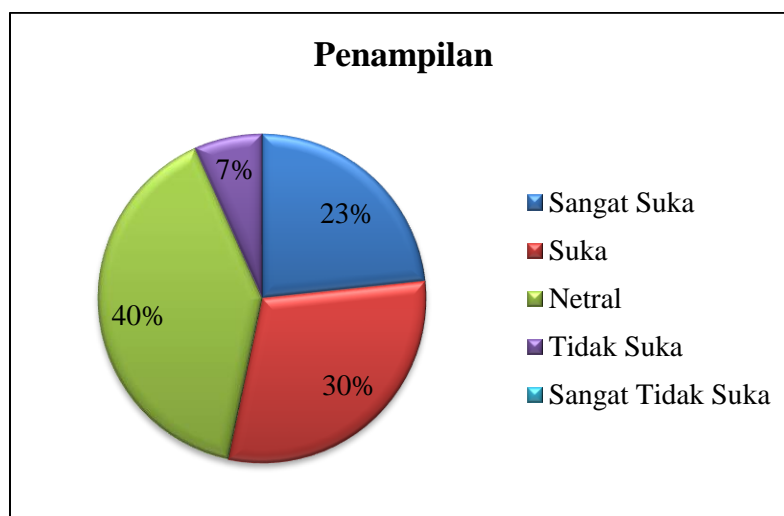
#### 4.1.3 Observasi preferensi konsumen terhadap Aroma



Gambar 4.3 Diagram Aroma (Otentik)

Hasil dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas dari 30 panelis tidak terlatih suka dengan aroma otentik Falafel yaitu, 14 panelis (47%) suka, 2 panelis (7%) tidak terlatih sangat suka dengan aroma otentik Falafel, 7 panelis (23%) tidak terlatih netral dengan aroma otentik Falafel, dan 7 panelis (23%) tidak terlatih tidak suka dengan aroma otentik Falafel. Hasil dari survei diatas menunjukkan bahwa mayoritas panelis memiliki preferensi suka dengan aroma dari otentik Falafel. Aroma dari Falafel sendiri gurih dan terasa sekali aroma bawang putih.

#### 4.1.4 Observasi preferensi konsumen terhadap penampilan

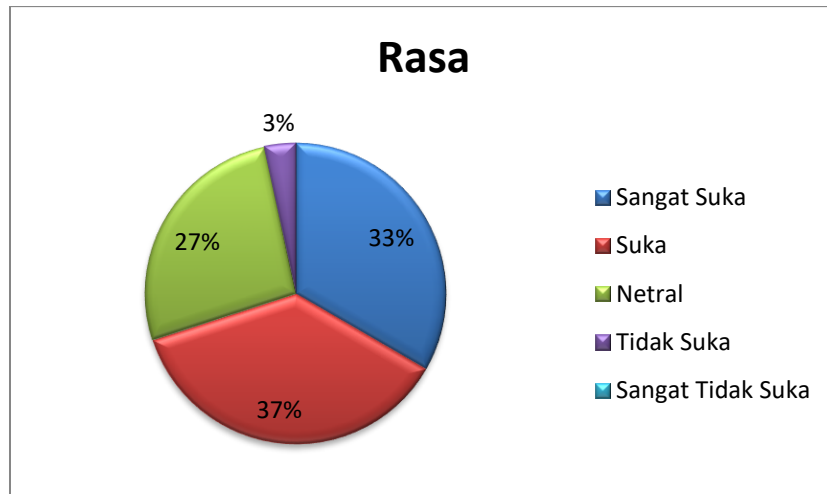


Gambar 4.4 Diagram Penampilan (Otentik)

Hasil dari Gambar 4.4 menunjukkan bahwa dari 30 panelis terdapat 7 panelis (23%) tidak terlatih sangat suka dengan penampilan otentik Falafel, 9 panelis (30%) tidak terlatih suka dengan penampilan otentik Falafel, 12 panelis (40%) tidak terlatih netral dengan penampilan otentik Falafel, dan 2 panelis (7%) tidak terlatih tidak suka dengan penampilan dari otentik Falafe. Dari survei di atas menunjukkan bahwa mayoritas dari 30 panelis memiliki preferensi netral dengan penampilan dari otentik Falafel. Untuk penampilan dari otentik Falafel sendiri berbentuk bola-bola yang digoreng hingga coklat ke emasan dengan permukaan yang kasar.

## 4.2 Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Inovasi Falafel

### 4.2.1 Observasi preferensi konsumen terhadap rasa

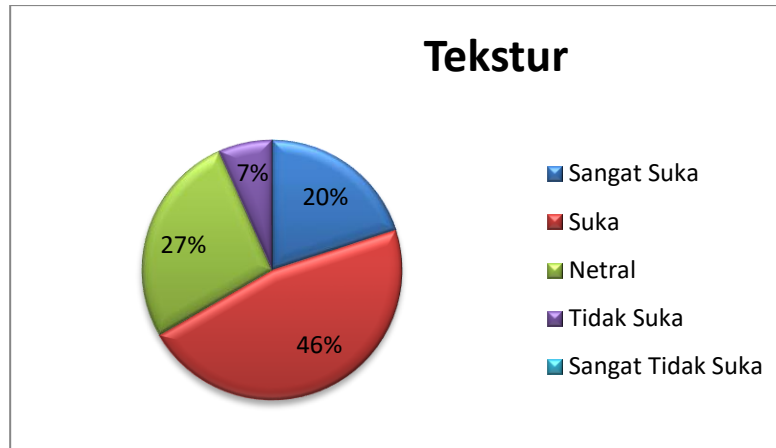


Gambar 4.5 Diagram Rasa (Inovasi)

Hasil dari survei terhadap inovasi Falafel menunjukkan bahwa 10 panelis (33%) tidak terlatih sangat suka dengan rasa dari inovasi Falafel, 11 panelis (37%) tidak terlatih suka dengan rasa dari inovasi Falafel, 8 panelis (27%) tidak terlatih memiliki preferensi netral terhadap rasa inovasi Falafel, dan 1 panelis (3%) tidak terlatih tidak suka dengan rasa dari inovasi Falafel. Hasil dari survei diatas menunjukkan bahwa mayoritas panelis memiliki preferensi suka dengan rasa dari inovasi Falafel.

Rasa yang ada pada inovasi Falafel adalah hampir sama dengan otentik Falafel, namun dari kedelai sendiri yang digunakan dalam inovasi Falafel tidak memiliki rasa yang sangat dominan dan tekstur yang lebih kasar dari pada *chickpea*, hal ini yang membuat inovasi Falafel memiliki rasa yang lebih dominan di aspek segar, karena adonan inovasi Falafel yang lebih berongga kasar dari pada otentik Falafel, yang membuat rasa segar dari daun peterseli, dan daun ketumbar ini lebih dominan.

#### 4.2.2 Observasi preferensi konsumen terhadap tekstur

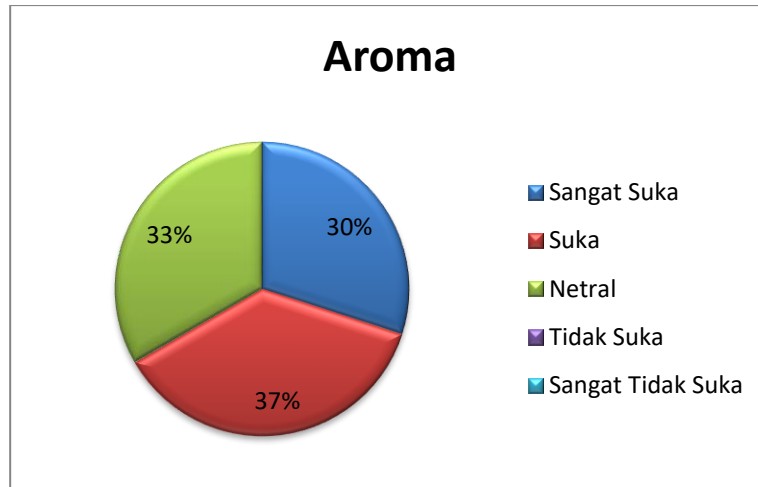


Gambar 4.6 Diagram Tekstur (Inovasi)

Hasil dari survei Gambar 4.6 terhadap inovasi Falafel menunjukkan bahwa 6 panelis (20%) panelis tidak terlatih sangat suka dengan tekstur dari inovasi Falafel, 14 panelis (46%) tidak terlatih menunjukkan bahwa suka terhadap tekstur dari inovasi Falafel, 6 panelis (27%) tidak terlatih netral terhadap tekstur dari inovasi Falafel, dan 2 panelis (7%) tidak terlatih memiliki preferensi tidak suka dengan tekstur dari inovasi Falafel. Hasil dari survei diatas menunjukkan bahwa mayoritas panelis memiliki preferensi suka dengan tekstur dari inovasi Falafel.

Tekstur dari inovasi Falafel sendiri lebih kasar dari pada otentik Falafel, teksturnya seperti kacang-kacangan yang tidak halus dan teksturnya lebih rapuh dari pada otentik Falafel.

#### 4.2.3 Observasi preferensi konsumen terhadap aroma

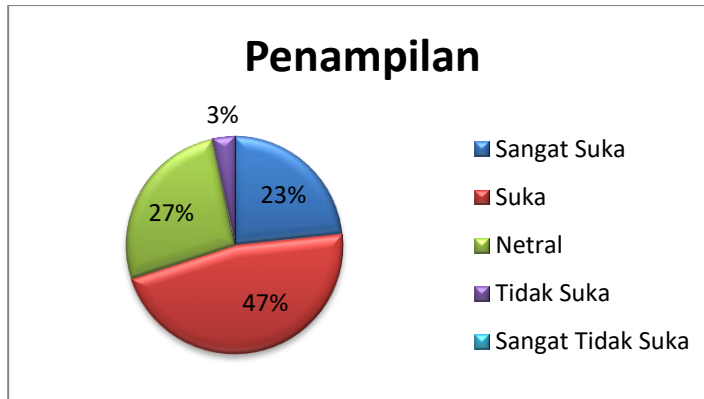


Gambar 4.7 Diagram Aroma (Inovasi)

Hasil dari Gambar 4.7 menunjukkan bahwa 9 panelis (30%) tidak terlatih sangat suka dengan aroma inovasi Falafel, 11 panelis (37%) tidak terlatih memiliki preferensi suka terhadap aroma inovasi Falafel, dan 10 panelis (33%) tidak terlatih memiliki preferensi netral terhadap aroma inovasi Falafel.

Hasil dari survei diatas menunjukkan bahwa mayoritas panelis memiliki preferensi suka dengan aroma dari inovasi Falafel. Aroma yang dihasilkan dari inovasi Falafel sendiri lebih cenderung kepada aroma segar dari daun paterseli dan daun ketumbar. Hal ini yang membuat mayoritas dari 30 panelis pada saat konsumsi inovasi Falafel, para panelis merasakan sensasi segar dan aroma yang cukup kuat dari rempah-rempah jinten, ketumbar, dan bawang putih.

#### 4.2.4 Observasi preferensi konsumen terhadap penampilan



Gambar 4.8 Diagram Penampilan (Inovasi)

Hasil observasi dari Gambar 4.8 menunjukkan bahwa 7 panelis (23%) tidak terlatih memiliki preferensi sangat suka dengan penampilan inovasi Falafel, 14 panelis (47%) tidak terlatih suka dengan penampilan dari inovasi Falafel, 8 panelis (27%) tidak terlatih menunjukkan bahwa netral terhadap penampilan dari inovasi Falafel, dan 1 panelis (3%) tidak terlatih memiliki preferensi tidak suka terhadap penampilan dari inovasi Falafel. Hasil dari survei diatas menunjukkan bahwa mayoritas panelis memiliki preferensi suka dengan penampilan dari inovasi Falafel.

Penampilan dari inovasi Falafel sendiri memiliki permukaan luar yang lebih kasar dari pada otentik Falafel, dan dari inovasi Falafel lebih terlihat jelas kacang-kacangan dari permukaan luar inovasi Falafel, hal ini yang membuat mayoritas dari 30 panelis suka terhadap penampilan inovasi Falafel.

### 4.3 Aspek yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Hidangan Mediteranian dengan Bahan Lokal

Berdasarkan hasil pengujian tingkat kesukaan terhadap inovasi Falafel, ditemukan bahwa mayoritas panelis menilai sangat suka (33%) dan suka (37%) dari aspek rasanya (Gambar 4.5), sangat suka (20%) dan suka (46%) dari aspek teksturnya (Gambar 4.6), sangat suka (30%) dan suka (37%) dari aspek aromanya (Gambar 4.7), serta sangat suka (23%) dan suka dan suka (47%) dari aspek penampilannya (Gambar 4.8). Data tersebut menunjukkan bahwa aspek rasa, tekstur, aroma, dan penampilan mempengaruhi preferensi konsumen terhadap

hidangan Mediterania dengan bahan lokal, meskipun terdapat beberapa panelis yang kurang menyukai aromanya, karena menggunakan bahan daun paterseli dan daun ketumbar (Sumber: Data kualitatif dalam kuesioner).