

PREFERENSI REMAJA DAN ANAK-ANAK TERHADAP TAUCO CIANJUR

Oleh
Mobamad Erwin Wiguna*

ABSTRAK

Tauco merupakan makanan tradisional Indonesia yang dibuat dari bahan utama kedelai dan bahan lainnya yang diolah melalui proses fermentasi kapang dan fermentasi garam. Di Cianjur terdapat kurang lebih sembilan perusahaan yang salah satunya sudah beroperasi selama 46 tahun dan terus menunjukkan eksistensinya sebagai produsen tauco di kota Cianjur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi remaja, remaja muda dan anak-anak dalam mengkonsumsi tauco di Cianjur. Penelitian ini menggunakan empat variabel yang berkaitan dengan tauco diantaranya variabel rasa, variabel pengetahuan, variabel frekuensi konsumsi dan minat konsumsi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik uji organoleptic. Data dikumpulkan dengan teknik Stratified Sampling. Responden yang terlibat sebanyak 106 orang, terdiri dari siswa dari jenjang sekolah SMK, SMP, dan SD.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) konsumen usia remaja (siswa SMK), untuk variabel rasa lebih menyukai rasa manis, untuk variabel pengetahuan secara garis besar mereka "tabu", sedangkan untuk variabel frekuensi konsumsi menunjukkan kategori "jarang"; (2) konsumen usia remaja muda (siswa SMP), untuk variabel rasa lebih menyukai rasa gurih, untuk variabel pengetahuan secara garis besar "tabu", sedangkan untuk variabel frekuensi konsumsi menunjukkan "jarang"; (3) Konsumen usia anak-anak (tingkat SD), untuk variabel rasa lebih menyukai rasa gurih, untuk variabel pengetahuan secara garis besar "tabu", sedangkan untuk variabel frekuensi konsumsi menunjukkan "jarang". Berdasarkan hasil penelitian ini, preferensi konsumsi tauco terancam hilang karena umumnya responden "jarang" mengkonsumsi tauco. Akan tetapi dilihat dari segi pengetahuan masih ada harapan untuk melestarikan tauco karena fakta menunjukkan bahwa kalangan remaja, remaja muda dan anak-anak memiliki pengetahuan akan keberadaan tauco. Agar dapat merubah pola konsumsi "jarang" menjadi "sering", maka kepada industri tauco disarankan agar mereka tidak hanya memasok ke toko-toko manisan tetapi juga memasok ke warung-warung yang berada di sekitar lingkungan masyarakat sehingga pembeli mudah mendapatkan tauco tersebut.

ABSTRACT

Tauco is a traditional Indonesian food produced through fungal and salty fermentation process of a mixture of soy and other ingredients. In Cianjur there are approximately nine companies dealing with tauco production, one of which has been survived for 46 years and still continues to show its existence. The purpose of this study is to analyze the preferences of teens, young teens and children against tauco Cianjur. This study took four variables related to variables tauco consumption such as taste, knowledge, and frequency of consumption and interest of consumption. Data analysis technique used is the organoleptic test. The data were collected using the stratified sampling method. There were 106 respondents of students obtained from various level of education: senior vocational high school, junior high school, and elementary school.

The results suggest that (1) for the adolescent consumers (senior vocational high school), for the variable taste prefer sweet taste, for the knowledge variable they indicate "know" about tauco, whereas to the variable frequency of consumption the result indicates "rare"; (2) for the young teens consumers (junior high school), they prefer savory flavors, for a variable outline knowledge they indicate "know", while to the variable frequency of consumption shows "rare"; (3) for the kid level consumer (elementary school) for variable they prefer savory flavors, and for the variable of knowledge they indicate "know", while to the variable frequency of consumption they show response of "rare". Judging from the frequency of consumption of tauco is likely to vanish or being lost because in fact that the consumption patterns is "rare". Otherwise, in terms of knowledge there is still hope for preserving tauco production because of teenagers, young teens and children are knowing about tauco. In order to change the patterns of consumption from "rarely" to "often", this study suggests the tauco industrial companies not only supply their product to the shops but supply also to the stalls located around the community.

PENDAHULUAN

Cianjur merupakan salah satu sentra Industri Tauco, di mana terdapat kurang lebih sembilan perusahaan Tauco yang terkenal di Kota Cianjur. Salah satu contohnya adalah Perusahaan Tauco Cap Biruang yang selama 46 tahun telah menjadi pelaku Usaha Kecil Menengah dan terus menunjukkan eksistensinya sebagai produsen Tauco di kota Cianjur. Perusahaan Tauco Cap Biruang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, kegiatan yang dilakukan adalah proses produksi dan proses pemasaran. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini adalah tauco yang terdiri dari dua macam, yakni tauco cair, dan tauco kering. Bahan baku utama pembuatan tauco di perusahaan Tauco Cap Biruang adalah kedelai yang berwarna kuning yang di impor dari Amerika.

Selama ini kegiatan pemasaran Perusahaan Tauco Cap Biruang hanya ditunjukan bagi para pengunjung yang datang ke toko manisan dan oleh-oleh khas Cianjur saja, belum tentu orang Cianjur asli mengkonsumsi tauco tersebut bahkan untuk kalangan remaja, remajamuda dan anak-anak masih dipertanyakan preferensi terhadap tauco itu sendiri dan preferensi sendiri adalah kesukaan. Sebab penerus generasi ke depan adalah remaja, remaja muda dan anak-anak tersebut sehingga dapat dilihat dari umur yang muda saja apabila sudah tidak menyukai tauco bagaimana masa depan makanan khas Cianjur ini.

Saat ini konsumen menjadi lebih kritis dalam memiliki barang dan jasa yang ditawarkan pasar baik dari segi merek, mutu, dan harga serta pelayanan yang diberikan. Untuk itu perusahaan dapat menyesuaikan produk-produknya dengan preferensi konsumen agar perusahaan dapat terus meningkatkan penjualan dan dapat mempertahankan pelanggannya bahkan mungkin pelanggan baru.

Masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: "Sejauh mana tingkat preferensi remaja, remaja muda dan anak-anak terhadap Tauco Cianjur". Penelitian ini bertujuan untuk: "Menganalisis preferensi remaja, dan anak-anak terhadap Tauco Cianjur".

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2006), preferensi adalah pilihan, kesukaan, kecenderungan, atau hal untuk didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan dari pada yang lain. Jadi preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati. Sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaian produk, pada akhirnya konsumen loyal terhadap merek tertentu daripada produk yang sejenis.

Menurut Kotler (1994) preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi produk dengan sumberdaya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna yang diperoleh optimal.

Uji organoleptik dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen pasar suatu produk pangan. Konsumen yang diteliti adalah konsumen agrerat, bukan individu. Merupakan bagian dari analisis pasar (Wiguna, 2006). Variabel Rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Variabel Pengetahuan adalah merupakan hasil "tahu" dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu. Frekuensi Konsumsi. pangan merupakan susunan jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi seseorang atau kelompok orang pada waktu tertentu. Frekuensi Minat Konsumsi adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai Agustus 2013. Pengambilan data dilaksanakan pada tiga tempat: SMK AL-MADINA, SMP AL-MADINA di Desa Limbangsari Kecamatan Cianjur Kabupaten Cianjur dan SD Bojong 2 di Desa Bojong Kecamatan Karangtengah. Jumlah responden 106 orang. Bahan dan lat: tauco tahu, piring kecil (pisin), kuesioner.

Jenis Penelitian Deskripsi. Tipe investigasi: Perbedaan remaja, remaja muda dan anak-anak. Keterlibatan peneliti: Memanipulasikan contoh objek penelitian.

Persiapan penelitian: Disiapkan (*countryed*). Unit analisis: Grup. Time Horison: Satu kali kejadian (*cross-sectional*). Operasionalisasi variabel lihat Tabel 1.

Tabel 1: Operasionalisasi Variabel					
No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	Rasa	Merasakan rangsangan rasa dari makanan tauco	Manis Asin Gurih Pedas	Sangat (manis, asin, gurih, pedas) Manis, asin, gurih, pedas Sedang Tidak (manis, asin, gurih, pedas)	Ordinal
2	Pengetahuan	Merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap tauco	- Produk tauco Makanan khas Cianjur Bahan baku Tauco Pengolahan tauco	- Tahu - Tidak tahu	Ordinal
3	Frekuensi Konsumsi	Jumlah makan yang dikonsumsi seseorang pada waktu tertentu	Jumlah aktivitas konsumsi tauco	- Sering - jarang	Ordinal
4	Frekuensi Minat Konsumsi	Mengetahui minat dalam mengkonsumsi tauco	Alasan mengkonsumsi tauco	- Suka - Tidak suka	Ordinal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel Rasa: diketahui perbandingan preferensi remaja (tingkat SMK) untuk variabel rasa ternyata lebih menyukai rasa manis cenderung asin, gurih dan sedikit pedas. Sedangkan untuk remaja muda (tingkat SMP) untuk variabel rasa ternyata lebih menyukai rasa gurih, cenderung asin, manis dan sedikit pedas. Untuk anak-anak (tingkat SD) untuk variabel rasa ternyata lebih menyukai rasa gurih, cenderung asin, pedas dan sedikit manis.

Variabel pengetahuan: dapat diketahui pengetahuan remaja, remaja muda dan anak-anak ternyata “mengetahui” terhadap produk tauco tersebut, berarti untuk saat ini dan kedepannya produk tauco masih dapat dilestarikan. Sedangkan untuk pengetahuan mengenai tauco adalah makanan khas Cianjur dapat dijelaskan bahwa hasilnya 99% “tahu”, jadi untuk saat ini dan kedepannya produk makanan khas Cianjur cerah artinya dapat dipertahankan. Kemudian untuk pengetahuan mengenai dasar bahan baku tauco dapat diketahui hasilnya adalah 76% “tahu” berarti untuk saat ini dan kedepannya produk tauco masih dapat

dilestarikan. Dan untuk pengetahuan mengenai pengolahan tauco menjadi makanan lain menunjukkan data yang sebaliknya yaitu 73% “tidak tahu” dari data sebelumnya, antara pengetahuan produk tauco, pengetahuan tauco makanan khas Cianjur dan pengetahuan terhadap bahan baku.

Variabel frekuensi konsumsi: dapat diketahui remaja, remaja muda dan anak-anak terhadap tauco menunjukkan hasil dari 106 responden yaitu 90 orang mengatakan “jarang” dan 16 orang mengatakan “sering”, jadi dilihat dari frekuensi konsumsi untuk kedepannya kemungkinan akan hilang, karena di masa yang akan datang remaja, remaja muda dan anak-anak sekarang sebagai generasi penerus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan :

Bahwa preferensi Remaja (tingkat SMK) untuk variabel rasa lebih menyukai rasa manis, namun untuk variabel pengetahuan secara garis besar “tahu” dan untuk variabel frekuensi konsumsi menunjukkan “jarang”.

Bahwa preferensi Remaja muda (tingkat SMP) untuk variabel rasa lebih menyukai rasa gurih, namun untuk variabel pengetahuan secara garis besar “tahu” dan untuk variabel frekuensi konsumsi menunjukkan “jarang”.

Bahwa preferensi anak-anak (tingkat SD) untuk variabel rasa lebih menyukai rasa gurih, namun untuk variabel pengetahuan secara garis besar “tahu” dan untuk variabel frekuensi konsumsi menunjukkan “jarang”.

Saran

Berdasarkan fakta yang ditemukan baik itu dari variabel rasa apabila diolah untuk di konsumsi sebaiknya ditambahkan rasa gurih. Kemudian dilihat dari frekuensi konsumsi kemungkinan tauco terancam hilang karena berdasarkan dari fakta menunjukkan pola konsumsi “jarang” dalam mengkonsumsi tauco sebab penerus masa depan konsumen tauco adalah remaja, remaja muda dan anak-anak tersebut dari usia muda saja sudah jarang mengkonsumsi bagaimana kedepannya, tetapi dilihat dari segi pengetahuan masih ada harapan untuk kedepannya untuk terus dilestarikan karena berdasarkan fakta dari pengetahuan mengenai tauco remaja, remaja muda dan anak-anak pengetahuan mengenai tauco sangat bagus.

Agar merubah pola konsumsi “jarang” menjadi “sering”, maka perusahaan industri

tauco tidak hanya memasok ke toko-toko manisan tetapi juga memasok ke warung-warung yang berada di sekitar lingkungan masyarakat sehingga pembeli mudah mendapatkan tauco yang dapat dijadikan menu makan sehari-hari. Sehingga kalangan dewasa, remaja dan anak-anak pun mudah untuk mendapatkan tauco tersebut tanpa harus membeli ke toko manisan.

DAFTAR PUSTAKA

Tim Penyusun Kamus Pusat. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Penerbit Balai Pustaka. Jakarta.

Kotler, Philip. 1994. *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*. Eighth Edition. Prentice Hall International, Inc. Upper Saddle River. New Jersey. USA.

Wiguna, Moh. Erwin. 2006. *Uji Organoleptik*. Program Studi Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan Fakultas Pertanian Suryakencana Cianjur. Tidak dipublikasikan.

Yayuk Farida Baliwati, dkk. 2004. *Pengantar Pangan Dan Gizi*. Penebar Swadaya. Jakarta

