

**CHIPEE (MOCHI TEMPE) COKELAT DENGAN SUBSTITUSI TEMPE
SEBAGAI MAKANAN PENUTUP YANG SEHAT UNTUK GENERASI Z**

Julianti Salma¹, Marwanti²

^{1,2}Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: juliantisalma.2021@student.uny.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima:

2 September 2024;

Diperbaiki:

10 November 2024;

Diterima:

1 Desember 2024

Tersedia daring:

21 Desember 2024.

Kata kunci

***Chipee (Mochi
Tempe), Generasi Z,
Makanan Penutup
Sehat, Tempe,
Substitusi Puree
Tempe***

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menemukan resep produk Chipee (Mochi Tempe), 2) menemukan kemasan produk Chipee (Mochi Tempe), 3) mengetahui daya terima masyarakat terhadap produk Chipee (Mochi Tempe). Metode penelitian yang digunakan dalam produk Chipee (Mochi Tempe) adalah *Research and Development (R&D)* dengan menggunakan model 4D yang terdiri dari 4 tahap yaitu 1) *define* menemukan resep terbaik dari 3 resep acuan, 2) *design* membuat 3 resep substitusi *puree* tempe dari resep acuan untuk menemukan persentase substitusi terbaik, 3) *develop* melakukan uji validasi resep acuan dan pengembangan oleh validator berpengalaman, 4) *disseminate* menyebarkan produk ke masyarakat untuk mengetahui tingkat penerimaan produk. Analisis data diperoleh dari 50 orang panelis tidak berpengalaman kemudian diuji *paired t-test* agar mengetahui tingkat perbedaan daya terima antara produk acuan dan pengembangan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu: 1) resep produk Chipee (Mochi Tempe) dengan substitusi *puree* tempe yang tepat adalah sebanyak 25%, 2) kemasan produk menggunakan plastik OPP ukuran 10x7 cm sebagai kemasan primer dan *paper box* ukuran 20x12x5 cm sebagai kemasan sekunder, 3) hasil penilaian uji sensoris masyarakat yang menunjukkan daya terima masyarakat terhadap produk Chipee (Mochi Tempe) dan hasil uji *paired t-test*. Nilai *p-value* dari aspek warna, rasa, tekstur, kemasan, dan keseluruhan secara berurutan adalah 0,010; 0,012; 0,001; 0,024; 0,012 bernilai $< \alpha = 0,05$ terdapat perbedaan signifikan, sedangkan untuk aroma *p value* 0,055 bernilai $> \alpha = 0,05$ tidak ada perbedaan yang signifikan. Penerimaan masyarakat terhadap Chipee (Mochi Tempe) lebih tinggi dibandingkan mochi biasa, 4) harga jual Chipee (Mochi Tempe) per pcs Rp3.500 dan per box dengan isi 6 pcs Rp22.000, serta BEP unit 25 unit dan BEP harga Rp87.500.

PENDAHULUAN

Mochi merupakan *dessert* tradisional yang berasal dari Jepang. Mochi berasal dari bahasa Jepang “*Hanzi*” yang berarti kue beras yang terbuat dari *mochigome*. Kue beras ini biasanya disajikan pada saat pagelaran upacara *mochitsuki* dan perayaan tahun baru Jepang. Mochi terbuat dari tepung beras ketan yang teksturnya kenyal dan lembut, berisi kacang tanah atau kacang merah (Ivo Andika Hasugian, 2020)[1]. Di Jepang, mochi dapat dihidangkan dengan cara dipanggang agar lapisan luarnya renyah dan ukurannya bertambah dua kali lipat. Biasanya mochi panggang dinikmati bersama saus “*kinako*” (tepung kedelai panggang manis) [2]. Di Jepang dan China terdapat tiga macam mochi yang dijual secara komersial menurut tingkat kemanisan yang berbeda yaitu mochi manis, mochi sedikit manis, dan mochi asli. Mochi asli dibuat tanpa menambahkan pemanis apa pun dan memiliki kadar air yang relatif tinggi (43%-55%) [3]. Seiring perkembangan zaman, varian dan isian mochi semakin beragam, ada yang diisi *ice cream*, *whipped cream*, dan cokelat.

Tempe merupakan produk pangan hasil fermentasi kedelai menggunakan kapang *Rhizopus oligosporus*. Tempe ada sejak awal tahun 1600 dan sangat populer di Indonesia sebagai pangan lokal yang kaya akan nutrisinya (Intan Kusumawati1, 2020) [4]. Tempe berasal dari Jawa tengah atau Jawa Timur. Kata tempe berasal dari bahasa Jawa Tengah. “Serat Centhini” merupakan naskah pertama yang diketahui menyebutkan kata “tempe” [5]. Tempe merupakan makanan yang rendah karbohidrat, kaya akan protein, vitamin dan komponen bioaktif. Menurut USDA SR, tempe mengandung 192 kcal per 100 gr, 20.3% protein, 10.8% lemak, dan 7.64% karbohidrat [6]. Nilai gizi pada tempe membuat tempe sangat baik dikonsumsi oleh berbagai kalangan usia karena terdapat asam amino bebas, senyawa peptida pendek, asam lemak sederhana dan karbohidrat yang diserap tubuh dengan mudah. Proses fermentasi kapang pada tempe menghasilkan enzim protease, lipase, dan amylase yang berperan sebagai agen pengurai lemak, protein dan karbohidrat kompleks menjadi senyawa yang lebih sederhana. Selain itu, proses fermentasi juga meningkatkan asam folat dan membentuk vitamin B12 dari bakteri yang tidak terdapat dalam produk nabati yang lain (Ladyamayu Pinasti, 2020) [7]. Tempe memiliki manfaat kesehatan seperti memberikan efek anti-diabetes, meningkatkan fungsi kognitif, menurunkan kolesterol, meningkatkan kesehatan kardiovaskular, sifat anti tumor dan anti kanker, memberi efek anti hipertensi, serta meningkatkan kesehatan usus dan memiliki efek antidepresan [8]. Menurut hasil studi yang dilakukan oleh Handajani, dkk., konsumsi tempe yang kaya akan probiotik dan microbiota dapat meningkatkan fungsi kognitif [9]. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa tempe merupakan pangan fungsional yang nilai gizinya sangat baik untuk tubuh.

Generasi Z adalah generasi *post-millennial* yang telah mengenal teknologi sejak awal kehadiran mereka. Generasi Z sangat pandai dalam memanfaatkan teknologi sehingga memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi dengan cepat. Berdasarkan data Sensus Penduduk tahun 2022, diketahui generasi Z di Indonesia kurang lebih berjumlah 54,6 juta jiwa atau 27,5% dari masyarakat yang berusia produktif berasal dari generasi Z. Seiring berkembangnya teknologi yang memudahkan akses informasi, topik gaya hidup sehat sangat populer bahkan di kalangan generasi Z itu sendiri. Terutama ketika penanganan Covid-19, masyarakat mulai gencar menjaga pola hidup sehat untuk meningkatkan daya tahan tubuh. Menurut beberapa penelitian yang dilakukan Mazriri (2023), Nayak (2022), Su (2019), generasi Z menunjukkan minat dan kesadaran yang cukup baik terhadap kesehatan dan kesejahteraan. Menurut Julianty (2021) dan Kabir (2023) generasi Z cenderung memprioritaskan konsumsi makanan segar dan alami, organik, bahan pangan lokal serta berkelanjutan. Generasi Z cenderung memiliki preferensi untuk mengonsumsi camilan dan makanan kecil dibandingkan pola

makan 3 kali sehari. Hal ini karena gaya hidup mereka yang sibuk sehingga menurut mereka makanan ringan lebih mudah diakses dan dikonsumsi sambil mengerjakan aktivitas lainnya (Nila Reswari Haryana, 2023) [10]. Adanya preferensi tersebut merupakan peluang untuk produk Chipee (Mochi Tempe) untuk dikenalkan pada generasi Z sebagai makanan penutup yang sehat dan bergizi.

Chipee (Mochi Tempe) dengan isian coklat terdiri dari *compound chocolate*, *cocoa powder*, *crumble* tempe dan susu. Konsumsi coklat meningkat pesat di dunia pada abad ke-21. Daya tarik coklat sebagian besar karena dapat memberikan sensasi menyenangkan perasaan yang membangkitkan semangat [11]. Cokelat diproduksi dari biji kakao melalui berbagai proses yang melibatkan fermentasi, pengeringan, pemanggangan, penggilingan dan pemurnian biji, pengadukan, dan tempering untuk memastikan stabilitas dan rasanya [12]. Cokelat dipilih sebagai isian mochi karena rasanya yang sudah familiar bagi masyarakat. Cara membuat isiannya menggunakan *roux* sebagai agen pengental sehingga tekstur isiannya padat dan lembut. *Roux* merupakan bahan pengental dari tepung terigu dan margarin [13]. Isian coklat kemudian diberi *crumble* tempe untuk memberikan tekstur renyah. Perpaduan coklat yang lembut dan *crumble* tempe yang renyah memberikan tekstur yang bervariasi pada mochi.

Kami berharap adanya penelitian ini dapat memberikan solusi yang inovatif untuk menghadapi tantangan mengonsumsi makanan sehat terutama makanan penutup di kalangan generasi Z. Beberapa tujuan penelitian ini yaitu: 1) menemukan resep produk Chipee (Mochi Tempe), 2) menentukan kemasan dan cara penyajian Chipee (Mochi Tempe), 3) mengetahui nilai terima masyarakat terhadap Chipee (Mochi Tempe), 4) menentukan harga jual dan BEP Chipee (Mochi Tempe). Chipee (Mochi Tempe) diharapkan menjadi alternatif baru sebagai makanan penutup yang sehat sehingga digemari generasi Z untuk menarik mereka mengonsumsi makanan bergizi.

METODE

a. Bahan

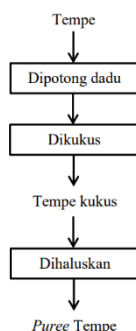
Bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah *puree* tempe yang dibuat dengan cara dikukus kemudian dihaluskan. Bahan-bahan yang lain didapatkan dari toko bahan kue yang berlokasi di D.I. Yogyakarta yaitu tepung beras ketan, tepung maizena, margarin, coklat bubuk, susu, gula, dan garam. Isiannya menggunakan *compound chocolate* yang diolah dengan tepung terigu, margarin, susu dan susu kental manis.

b. Alat

Alat yang digunakan untuk mendukung penelitian ini yaitu kompor, *blender*, panci kukusan, sendok, timbangan, pisau dan talenan.

c. Proses Pembuatan

Proses pembuatan Chipee (Mochi Tempe) diawali dengan membuat *puree* tempe, berikut adalah gambar diagram alirnya:



Gambar 1. Diagram Alir *Puree* Tempe

Setelah pembuatan *puree* tempe lalu disubstitusikan pada adonan mochi. Berikut adalah langkah-langkah pembuatan mochi: 1) menimbang semua bahan *puree* tempe dan tepung beras ketan dengan presentase 25% dan 75%, tepung maizena, gula, susu, minyak, coklat bubuk, air, garam dan *vanilla essence*, 2) campurkan semua bahan dan diaduk sampai rata, 3) kukus adonan mochi selama ± 40 menit dengan api sedang, 4) tunggu adonan mochi agak dingin dan uleni sampai kalis, 5) timbang mochi masing-masing ± 14 gr, 6) masukkan isian mochi dengan cara dipipihkan kemudian dibulatkan.

d. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model 4D yang terdiri dari 4 tahap yaitu *Define* (Pendefinisian), *Design* (Perancangan), *Develop* (Pengembangan), *Disseminate* (Penyebaran) (Aprilia Cahyani Putri, 2023) [14]. Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan serta menghasilkan produk yang valid melalui pengujian sampai revisi produk sehingga mendapatkan hasil produk sesuai dengan tujuan yang ditargetkan untuk disebar di masyarakat umum.

Pembuatan Chipee (Mochi Tempe) melalui tahapan uji coba 3 resep acuan, uji coba 3 resep produk pengembangan, uji validasi produk oleh 2 *expert* dan uji kesukaan produk panelis tidak berpengalaman atas diseminasi melalui pameran serta penulisan artikel ilmiah.

e. Analisis

Analisis yang diterapkan pada penelitian ini adalah uji sensoris yang dilakukan 50 panelis amatir atau tidak berpengalaman. Tujuan uji sensoris tersebut untuk mengetahui tingkat penerimaan produk pengembangan mochi yaitu Chipee (Mochi Tempe) di masyarakat luas. Uji sensoris terhadap produk Chipee (Mochi Tempe) dinilai dari aspek warna, aroma, rasa, tekstur, kemasan dan keseluruhan.

Data yang diperoleh dari uji sensoris kemudian diuji menggunakan uji *paired t-test* agar mengetahui tingkat perbedaan daya terima antara produk acuan dan pengembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Resep Chipee (Mochi Tempe)

a. Tahap *Define*

Tahap awal yang dilakukan pada penelitian ini adalah *define*. Pada tahap ini peneliti mencari sumber literasi untuk memperoleh 3 (tiga) resep acuan mochi. Tiga resep tersebut akan diujikan kepada dosen dan pembimbing sehingga mendapatkan 1 (satu) resep acuan yang terpilih. Resep acuan tersebut yang kemudian akan disubstitusikan dengan *puree* tempe. Pemaparan 3 (tiga) resep acuan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Resep Acuan Chipee (Mochi Tempe)

Bahan	R1 (gr)	R2 (gr)	R3 (gr)
Tepung beras ketan	320	250	250

Tabel 1. Resep Acuan Chipee (Mochi Tempe)

Bahan	R1 (gr)	R2 (gr)	R3 (gr)
Tepung maizena	80	50	25
Minyak	67	55	40
Air	333	320	300
Susu UHT	100	70	70
Gula pasir	10	75	3
Ekstrak vanilla	3	3	-
Garam	3	3	3
Susu kental manis	190	-	190
Coklat bubuk	7	7	7

Hasil uji ketiga resep acuan yang sudah melalui tahap uji coba oleh dosen pembimbing dan panelis lainnya disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Sensoris Tahap *Define*

Sifat sensoris	Nilai rerata		
	R1	R2	R3
Bentuk	3.4	3.2	3.4
Ukuran	3.6	3.4	3.6
Warna	3.6	3.4	3.4
Aroma	3.8	3.8	3.6
Rasa	3.6	4	3.2
Tekstur	3.2	3.6	3
Keseluruhan	3.6	4	3.4
Rerata	3.54	3.62	3.37
Standar Deviasi	0.19	0.31	0.21

Berdasarkan hasil uji tahap *define* pada tabel di atas maka resep yang diambil untuk lanjut ke tahap *design* adalah resep acuan R2. Resep acuan R2 memiliki karakteristik mochi sesuai dengan kriteria yang diinginkan yaitu lembut, kenyal dan tidak terlalu lembek.

b. Tahap *Design*

Tahap selanjutnya setelah mendapatkan resep acuan pada tahap *define* adalah *design*. Di tahap ini peneliti melakukan pengembangan resep acuan dengan substitusi *puree* tempe. Persentase substitusi yang diterapkan adalah 15%, 20% dan 25%. Panelis yang melakukan validasi tahap ini yaitu dosen pembimbing, mahasiswa dan panelis terlatih.

Berikut beberapa rancangan tahap *design* yang telah dilaksanakan untuk menemukan persentase yang tepat pada mochi dengan substitusi *puree* tempe:

Berdasarkan hasil uji coba pada substitusi *puree* tempe 15% (F1), 20% (F2) dan 25% (F3) didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Sensoris Tahap *Design*

Sifat sensoris	Nilai rerata			
	Resep acuan terpilih	F1 (15%)	F2 (20%)	F3 (25%)
Bentuk	4.8	4.6	4.6	4.6
Ukuran	4.8	4.8	4.8	4.8
Warna	4	4	3.8	4.4
Aroma	3.8	4	3.8	4.4
Rasa	3.4	4	4	4.6
Tekstur	3.8	3.8	3.8	4
Keseluruhan	4	4.2	4	4.6
Rerata	4.08	4.2	4.13	4.46
Standar Deviasi	0.52	0.36	0.41	0.25

Menurut hasil uji sensoris dari aspek warna, bentuk, ukuran, rasa, tekstur dan keseluruhan pada

Tabel 3. Resep Chipee (Mochi Tempe) Tahap *Design*

Resep Acuan Terpilih (g)	0%	F1 (15% <i>puree</i> tempe)	F2 (20% <i>puree</i> tempe)	F3 (25% <i>puree</i> tempe)
Tepung beras ketan	250	212	200	187
Tepung maizena	50	42	40	37
<i>Puree</i> tempe	-	45	60	75
Minyak	55	55	55	55
Air	320	320	320	320
Susu UHT	70	70	70	70
Gula pasir	75	75	75	75
Ekstrak vanilla	3	3	3	3
Garam	3	3	3	3
Coklat bubuk	7	7	7	7

F3 mendapatkan respon paling positif dari panelis terlatih. Rasa, tekstur dan bentuk masih belum sempurna sehingga akan dilanjutkan pada tahap *develop* untuk disempurnakan. Atas saran dan persetujuan dosen pembimbing, resep yang akan dikembangkan pada tahap *develop* adalah F3 dengan substitusi *puree* tempe 25%.

c. Tahap *Develop*

Tahap selanjutnya adalah *develop* yang dilakukan uji validasi dengan teknik penyajian pada produk acuan dan produk pengembangan. Tahap validasi 1 produk Chipee (Mochi Tempe)

mendapatkan respon positif dari panelis. Hasil produk sudah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu teksturnya lembut dan tidak lembek, tidak ada *aftertaste* pahit dari tempe serta bentuk yang bulat dan rapi.

Uji sensoris tahap *develop* dilakukan oleh dua orang panelis, yaitu dua orang dosen. Hasil uji sensoris disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Sensoris Tahap *Develop*

Sifat sensoris	Nilai rerata	
	Resep acuan terpilih	Resep pengembangan terpilih
Bentuk	4.5	4.5
Ukuran	4.5	4.5
Warna	4.5	4.5
Aroma	4	4
Rasa	4.5	4.5
Tekstur	4	4
Penyajian	4	4
Kemasan	3	3
Keseluruhan	4	4,5
Total	37	37,5

Hasil uji di atas menunjukkan nilai rerata dari resep acuan dan resep pengembangan memiliki perbedaan yang tidak terlalu signifikan. Nilai total resep acuan sebesar 37 dan resep pengembangan 37,5.

d. Tahap *Disseminate*

Disseminate merupakan tahap terakhir dari model penelitian ini. Pada tahap ini dilakukan uji penerimaan masyarakat melalui penyebaran atau publikasi produk. Pengujian ini dilaksanakan dengan cara menyebarkan produk kepada 50 panelis tidak berpengalaman dan diberikan boring untuk mengetahui tingkat penerimaan produk Chipee (Mochi Tempe) di masyarakat. Hasil uji panelis yang dianalisis dengan uji *paired t-test* adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Sensoris Tahap *Disseminate*

Sifat sensoris	Produk Acuan	Produk Pengembangan	<i>p-value</i>
Warna	4.15±0.671	4.42±0.609	0.010
Aroma	3.94±0.793	4.16±0.738	0.055
Rasa	3.95±0.770	4.26±0.750	0,012
Tekstur	4±0.728	4.3±0.677	0.001
Kemasan	4.34±0.745	4,44±0.577	0.024
Keseluruhan	4.12±0.659	4.34±0.626	0.012

Hasil uji *paired t-test* di atas menunjukkan nilai *p-value* dari aspek warna, aroma, rasa, tekstur, kemasan, dan keseluruhan secara berturut-turut yaitu 0.010; 0.055; 0,012; 0.001; 0.024; dan 0.012. Seluruh aspek sensoris tersebut bernilai $< \alpha = 0.05$ (kurang dari alpha) kecuali nilai aroma yang $> \alpha = 0.05$ (lebih dari alpha). Nilai *p-value* yang $< \alpha = 0.05$ (kurang dari alpha) maknanya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat penerimaan antara produk acuan dan pengembangan, begitupun nilai *p-value* yang sebaliknya. Maka kesimpulan berdasarkan uji *paired t-test* di atas adalah terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat penerimaan masyarakat antara produk acuan dan pengembangan. Artinya minat masyarakat terhadap Chipee (Mochi Tempe) lebih tinggi dibandingkan mochi biasa.

Tahap *disseminate* dilaksanakan pada pameran inovasi produk boga yaitu *Culinary Innovation Festival (CIF) 2024* dengan tema “Tempe for Gen Z: TempeCadabra”. Pameran ini diikuti oleh lebih dari 100 mahasiswa S1 Pendidikan Tata Boga angkatan 2021. Panelis berjumlah 50 orang masyarakat umum yang berkunjung pada acara pameran tersebut.



Gambar 2 . Chipee (Mochi Tempe)

Kemasan Produk

Produk Chipee (Mochi Tempe) menggunakan plastik OPP ukuran 10x7 cm sebagai kemasan primer. Kemasan sekunder yang digunakan adalah *paper box* warna coklat dan tutup mika transparan dengan ukuran 20x12x5 cm. Satu *paper box* tersebut berisi 6 pcs produk Chipee (Mochi Tempe). Kemasan sekunder dengan tutup mika akan memudahkan konsumen melihat produk tanpa membuka kemasannya.

Harga Jual dan BEP

Penentuan harga jual merupakan strategi penting dalam berbisnis. Sebelum menetapkan harga jual, perusahaan atau industri harus mengetahui harga pokok pembuatan produk dan biaya produksi yang akan dikeluarkan, kemudian menetapkan harga jual yang tepat agar produk dapat bersaing dengan produk lain di pasaran (Nadila Oktavia, 2020) [15]. Metode yang digunakan untuk menghitung harga jual Chipee (Mochi Tempe) adalah metode *mark-up* dengan harga per kemasan senilai Rp3.500 yang berisi 1 pcs Chipee (Mochi Tempe). Kemudian harga perbox yang berisi 6 pcs Chipee (Mochi Tempe) senilai Rp22.000. Keuntungan yang didapatkan diketahui melalui perhitungan BEP unit sebanyak 25 unit dan BEP rupiah senilai Rp87.500. Harga produk Chipee (Mochi Tempe) tidak berbeda jauh dengan mochi biasa yang beredar di pasaran, sehingga Chipee (Mochi Tempe) dapat bersaing untuk masuk pasar. Di era digital, pemasaran dilakukan melalui promosi media sosial. Cara tersebut diharapkan dapat menjangkau konsumen yang ditargetkan yaitu kalangan generasi Z. Generasi Z sendiri sudah sangat akrab dengan sosial media karena lebih sering menggunakannya untuk kegiatan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, Chipee (Mochi Tempe) dengan substitusi *puree* tempe 25% menggunakan kemasan primer plastik OPP 10x7 cm dan kemasan sekunder *paper box* tutup transparan 20x12x5 cm. Nilai *p-value* dari aspek warna, rasa, tekstur, kemasan, dan keseluruhan secara berurutan adalah 0,010; 0,012; 0,001; 0,024; 0,012 bernilai $< \alpha = 0,05$ terdapat perbedaan signifikan, sedangkan untuk aroma *p value* 0,055 bernilai $> \alpha = 0,05$ tidak ada perbedaan yang signifikan. Penerimaan masyarakat terhadap Chipee (Mochi Tempe) lebih tinggi dibandingkan mochi biasa. Maka, produk Chipee (Mochi Tempe) sangat cocok dijadikan sebagai makanan penutup yang sehat untuk generasi Z. Harga jual per pcs Chipee (Mochi Tempe) yaitu Rp3.500 dan per box isi 6 pcs yaitu Rp22.000 dengan BEP unit sebanyak 25 unit, serta BEP harga Rp87.500.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Dra. Marwanti, M.Pd. selaku guru besar program studi S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) atas bimbingan selama ini sehingga proses penelitian berjalan dengan baik dan lancar, para panelis yang bersedia membantu dalam proses pengambilan data, serta dukungan dari berbagai pihak yang membantu sehingga artikel ini dapat disusun dengan baik.

REFERENSI

- [1] I. A. Hasugian, F. Ingrid, and K. Wardana, "ANALISIS KELAYAKAN DAN SENSITIVITAS : STUDI KASUS UKM MOCHI KECAMATAN MEDAN SELAYANG," Online, 2020.
- [2] Y. Honda, Y. Saito, N. Katsumi, M. Nishikawa, and H. Takagi, "Physicochemical properties of starch in rice flour with different hardening rates of glutinous rice cake (mochi)," *J Cereal Sci*, vol. 112, p. 103687, 2023, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcs.2023.103687>.
- [3] 张玉荣麻糬食用品质的综合评价及原料适应性研究, Z. Yurong, Z. Xianqing, L. Jianfei, and Z. Fangqing, "Study on the comprehensive evaluation of edible quality and raw material adaptability of fresh Mochi," vol. 41, no. 4, pp. 2019–2031, 2020.
- [4] P. Produksi *et al.*, "Proses Produksi dan Karakteristik Tempe dari Kedelai Pecah Kulit Production Process and Characteristic of Tempe from Dehulled Soybean."
- [5] W. Sjamsuridzal *et al.*, "The effect of the use of commercial tempeh starter on the diversity of *Rhizopus* tempeh in Indonesia," *Sci Rep*, vol. 11, no. 1, Dec. 2021, doi: 10.1038/s41598-021-03308-6.
- [6] G. Rizzo, "Soy-Based Tempeh as a Functional Food: Evidence for Human Health and Future Perspective," 2024, *IMR Press Limited*. doi: 10.31083/j.fbe1601003.
- [7] L. Pinasti, Z. Nugraheni, and B. Wiboworini, "Potensi tempe sebagai pangan fungsional dalam meningkatkan kadar hemoglobin remaja penderita anemia," *Action: Aceh Nutrition Journal*, vol. 5, no. 1, p. 19, May 2020, doi: 10.30867/action.v5i1.192.
- [8] S. Q. Teoh, N. L. Chin, C. W. Chong, A. M. Ripen, S. How, and J. J. L. Lim, "A review on health benefits and processing of tempeh with outlines on its functional microbes," *Future Foods*, vol. 9, p. 100330, 2024, doi: <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2024.100330>.
- [9] Y. S. Handajani *et al.*, "Effects of Tempeh Probiotics on Elderly With Cognitive Impairment," *Front Aging Neurosci*, vol. 14, Jun. 2022, doi: 10.3389/fnagi.2022.891773.
- [10] U. Sultan, A. Tirtayasa, N. R. Haryana, R. Rosmiati, E. M. Purba, and H. Firmansyah, "Generation Z Lifestyle in Aspect of Eating Behavior, Stress, Sleep Quality and Its Relation to Nutritional Status: Literature Review," *Jurnal Gizi Kerja dan Produktivitas*, vol. 4, pp. 267–282, 2023.

- [11] S. Sartaş, H. Duman, B. Pekdemir, J. M. Rocha, F. Oz, and S. Karav, “Functional chocolate: exploring advances in production and health benefits,” *Int J Food Sci Technol*, vol. 59, no. 8, pp. 5303–5325, 2024, doi: <https://doi.org/10.1111/ijfs.17312>.
- [12] T. Y. C. Tan, X. Y. Lim, J. H. H. Yeo, S. W. H. Lee, and N. M. Lai, “The health effects of chocolate and cocoa: A systematic review,” Sep. 01, 2021, *MDPI*. doi: 10.3390/nu13092909.
- [13] Wayne Gisslen, *Professional Cooking Seventh Edition*. 2011.
- [14] Aprilia Cahyani Putri, Elisabeth Asrijuwita Sara, Yohana Angrianti Ndua, and Ni Putu Dyah Krismawintari, “INOVASI MOCHI DENGAN KOMBINASI OLAHAN BUAH SEGAR SEBAGAI DESSERT YANG BERNILAI JUAL TINGGI,” *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)*, vol. 6, Jan. 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/2726>
- [15] N. Oktavia, M. Rahmat, S. Martadinata, P. Studi Akuntansi, and F. Ekonomi Dan Bisnis, “ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL MENGGUNAKAN METODE MARK UP PRICING PADA PRODUK PERMEN SUSU (Studi pada Permen Susu Selamat Gama Desa Penyaring Kabupaten Sumbawa).”