

Persepsi Dan Daya Terima Masyarakat Terhadap *Cookies Gluten-Free* Dibandingkan *Cookies Konvensional*

Hana Laili Nabila Artanti¹, Agus Ridwan Misbahuddin², Rina Asmaul²

¹Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Jl. Ngagel Dadi III-B/37, Surabaya Kode Pos 60245, Indonesia.

²Universitas Riau, Jl. HR. Soebrantas KM. 12,5, Simpang Baru, Kota Pekanbaru Riau 28293, Indonesia.

email : aartantihana64@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 10 Agustus 2025
Disetujui 20 April 2026
Di Publikasi April 2026

Kata kunci:

Cookies Gluten-free,
Cookies Konvensional,
Daya Terima, Persepsi

Abstrak

Penelitian ini membahas perbandingan persepsi dan daya terima masyarakat terhadap cookies gluten-free dan cookies konvensional sebagai alternatif pangan bebas gluten. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi awal dan daya terima akhir masyarakat terhadap kedua jenis cookies. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana perbedaan persepsi dan daya terima masyarakat sebelum dan sesudah diberikan edukasi serta mencicipi kedua produk. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain pretest-posttest menggunakan kuesioner tertutup yang disebarakan kepada 60 responden dari berbagai rentang usia. Data dianalisis menggunakan Uji-T berpasangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cookies konvensional lebih unggul dalam rasa dan tekstur, sedangkan cookies gluten-free lebih disukai dalam aspek warna, aroma, dan persepsi kesehatan. Setelah edukasi dan pencicipan, terdapat peningkatan signifikan dalam penerimaan cookies gluten-free, terutama pada aspek kesehatan dan minat beli. Simpulan dari penelitian ini adalah cookies gluten-free memiliki potensi tinggi untuk diterima masyarakat apabila disertai dengan edukasi mengenai manfaatnya sebagai produk sehat dan pengembangan formula yang tepat sehingga dapat meningkatkan persepsi positif dan daya terima masyarakat terhadap produk ini.

Public Perception and Acceptance of Gluten-Free Cookies Compared to Conventional Cookies

Keywords:

*Acceptance,
Conventional Cookies,
Gluten-Free Cookies,
Perception*

Abstract

This study discusses the comparison of perceptions and acceptance of gluten-free cookies and conventional cookies as an alternative to gluten-free food. The formulation of the problem in this study is how the initial perception and final acceptance of the community towards both types of cookies. The purpose of this study was to determine the extent of the differences in perception and acceptance of the community before and after being given education and tasting the two products. The method used is a quantitative approach with a pretest-posttest design using a closed questionnaire distributed to 60 respondents of various ages. Data were analyzed using a paired T-test. The results showed that conventional cookies were superior in taste and texture, while gluten-free cookies were preferred in terms of color, aroma, and health perception. After education and tasting, there was a significant increase in the acceptance of gluten-free cookies, especially in terms of health and purchasing interest. The conclusion of this study is that gluten-free cookies have high potential to be accepted by the community if accompanied by education about their benefits as healthy products and the right development formula so that they can increase positive perceptions and acceptance of the community towards this product.

PENDAHULUAN

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat telah mendorong munculnya kebutuhan akan produk pangan fungsional, termasuk produk bebas gluten (*gluten-free*). Seiring dengan itu, produk-produk alternatif bebas gluten mulai dikembangkan, namun masih menghadapi tantangan dalam hal penerimaan konsumen, terutama dari segi rasa, tekstur, dan keterbiasaan konsumsi. Cookies merupakan salah satu produk pangan ringan yang digemari oleh berbagai kalangan usia. Formulasi cookies *gluten-free* dapat menjadi alternatif sehat yang menjanjikan, namun persepsi masyarakat terhadap produk ini sering kali masih negatif. Banyak konsumen beranggapan bahwa cookies *gluten-free* kurang lezat atau memiliki tekstur yang tidak familiar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan persepsi dan daya terima masyarakat terhadap cookies *gluten-free* dan cookies konvensional. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi konsumen dapat berubah secara signifikan setelah adanya pencicipan produk dan pemberian informasi gizi. Maulana dan Lestari (2023) menegaskan bahwa pengalaman konsumsi langsung yang disertai informasi edukatif dapat membentuk citra positif terhadap produk baru. Nurhayati dan Andini (2024) juga menemukan bahwa cookies *gluten-free* dengan penampilan menarik dan aroma khas lebih mudah diterima konsumen. Oleh karena itu, pendekatan edukatif dalam penelitian ini dianggap sebagai strategi potensial untuk membentuk persepsi positif terhadap cookies bebas gluten. Novelty dari penelitian ini terletak pada integrasi metode pretest-posttest dengan intervensi edukatif untuk mengubah persepsi dan meningkatkan daya terima terhadap cookies *gluten-free*. Tidak hanya berfokus pada evaluasi sensorik, penelitian ini juga menekankan pentingnya aspek edukasi dalam memengaruhi keputusan konsumen. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan produk pangan fungsional yang sehat, diterima secara luas, dan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup masyarakat modern.

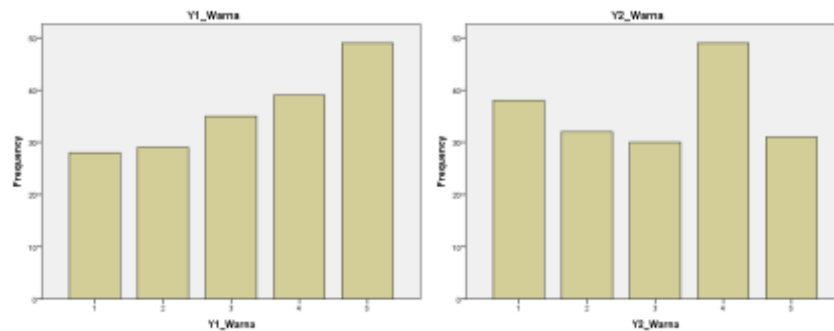
METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan desain pretest-posttest. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengamati perbedaan persepsi awal dan daya terima akhir masyarakat terhadap dua jenis cookies, yaitu cookies *gluten-free* dan cookies konvensional, sebelum dan sesudah dilakukan intervensi berupa pencicipan dan edukasi produk. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum dengan rentang usia remaja hingga dewasa (17–50 tahun). Sampel berjumlah 60 orang yang dipilih secara purposive sampling, dengan mempertimbangkan kemauan responden untuk mengikuti pretest, pencicipan produk, dan posttest. Responden berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan tingkat konsumsi terhadap produk cookies.

Instrumen yang digunakan berupa angket tertutup dengan skala penilaian 1–5 untuk menilai delapan aspek: warna, tekstur, aroma, rasa, penampilan umum, kepuasan konsumen, kesehatan, dan minat beli. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah pretest (penilaian awal berdasarkan persepsi responden sebelum mencicipi), dan tahap kedua adalah posttest (penilaian setelah mencicipi produk dan menerima edukasi mengenai kandungan serta manfaat cookies *gluten-free*). Data dianalisis menggunakan Uji-T berpasangan (*paired t-test*) untuk melihat adanya perbedaan yang signifikan antara persepsi awal dan daya terima akhir terhadap cookies *gluten-free* dan cookies konvensional. Uji-T digunakan karena data berasal dari dua kondisi yang berpasangan, yaitu hasil penilaian pretest dan posttest dari responden yang sama. Analisis dilakukan menggunakan program SPSS dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

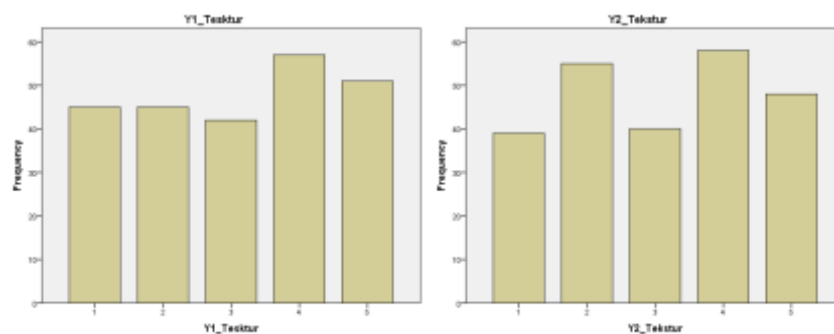
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Analisis Deskriptif



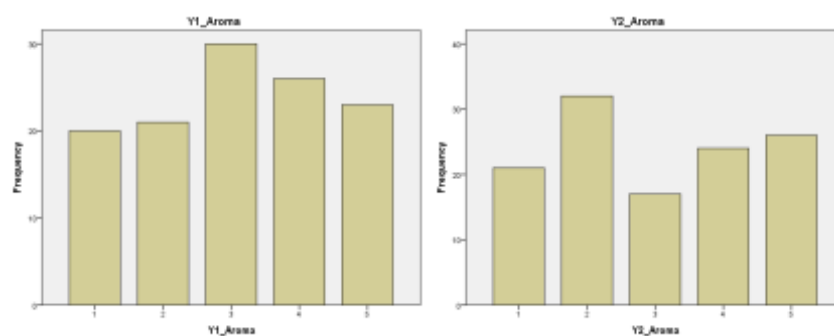
Gambar 1. Grafik Perbandingan Warna

Persepsi panelis menunjukkan respons positif terhadap warna cookies gluten-free. Sebanyak 49 responden menyatakan “setuju” baik pada pretest maupun posttest. Panelis menyatakan bahwa warna cookies gluten-free cukup menarik dan sesuai ekspektasi makanan sehat. Jumlah yang menyatakan “setuju” tetap tinggi antara pretest dan posttest. Hal ini sejalan dengan temuan Sadler et al. (2019) yang menjelaskan bahwa warna alami dari bahan bebas gluten seperti mocaf sering diasosiasikan dengan makanan yang lebih sehat secara visual. Silva et al. (2023), juga mendukung bahwa warna yang lebih terang dari bahan non-gluten dapat meningkatkan persepsi nilai gizi pada konsumen.



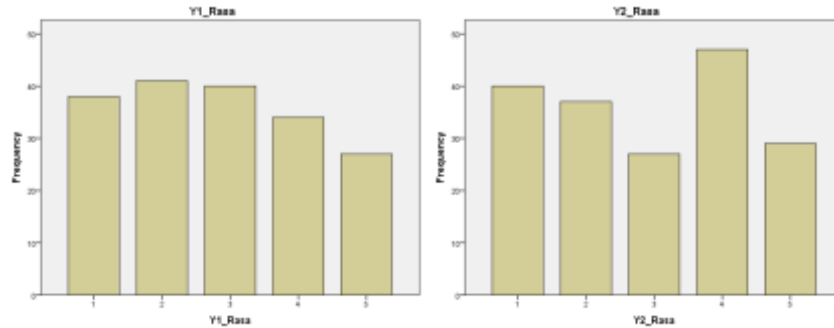
Gambar 2. Grafik Perbandingan Tekstur

Meskipun terjadi sedikit penurunan pada tingkat penerimaan tertinggi setelah pencicipan, data menunjukkan bahwa mayoritas panelis tetap menyatakan setuju terhadap cookies gluten-free. Hal ini menunjukkan bahwa produk gluten-free dapat diterima secara umum, walaupun belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi awal panelis. Ini didukung oleh Rayesa dan Ali (2022) yang menyatakan bahwa tekstur kasar dan rapuh merupakan salah satu alasan mengapa produk bebas gluten sering kali dianggap kurang menggoda dibanding produk berbasis terigu.



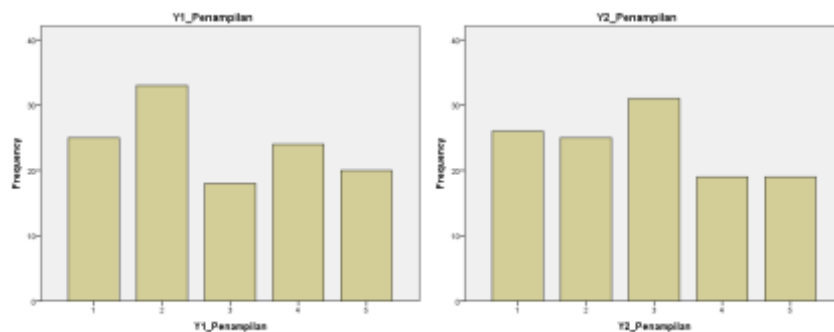
Gambar 3. Grafik Perbandingan Aroma

Konsistensi jawaban panelis pada kategori “sangat setuju” mencerminkan bahwa aroma dari cookies gluten-free lebih sesuai dengan preferensi umum masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa cookies gluten-free mempertahankan daya tarik aromatik yang kuat, sehingga lebih disukai oleh mayoritas panelis dibandingkan varian konvensional. Temuan ini konsisten dengan Silva et al. (2023), yang menunjukkan bahwa bahan seperti almond dan quinoa menghasilkan aroma yang khas dan dapat meningkatkan daya tarik sensorik produk bebas gluten.



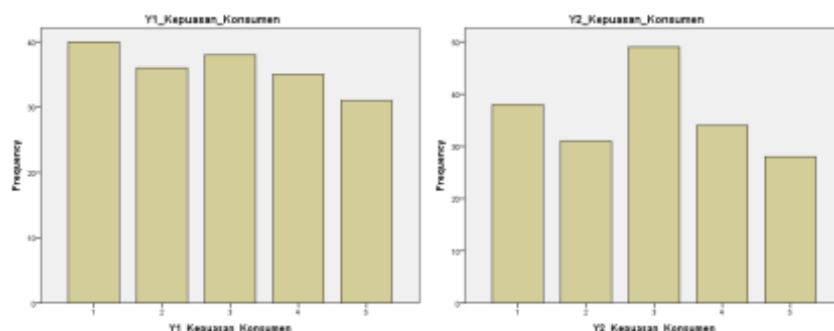
Gambar 4. Grafik Perbandingan Rasa

Rasa merupakan aspek yang paling membedakan. Cookies konvensional masih unggul dalam hal cita rasa. Panelis setuju bahwa cookies konvensional memiliki rasa manis yang lebih dominan dibandingkan dengan cookies gluten-free. Menurut Silva et al. (2023) dan Rayesa & Ali (2022), rasa yang kurang familiar dan aftertaste dari tepung non-gluten menjadi penghambat utama penerimaan produk gluten-free secara luas.



Gambar 5. Grafik Perbandingan Penampilan Umum

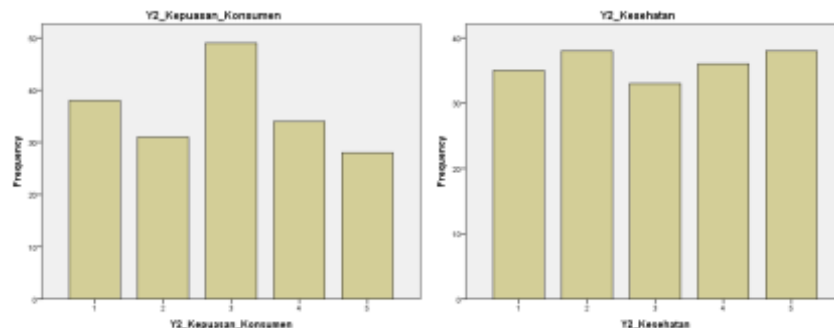
Penampilan cookies gluten-free dinilai kurang menarik, terutama karena tekstur permukaan dan warna yang tidak seragam. Panelis lebih menyukai tampilan cookies konvensional. Hal ini diperkuat oleh studi Vriesekoop et al. (2020) yang menyatakan bahwa tampilan visual memainkan peran penting dalam penilaian awal mutu makanan, dan produk gluten-free sering dipersepsi kurang menarik secara visual.



Gambar 6. Grafik Perbandingan Kepuasan Konsumen

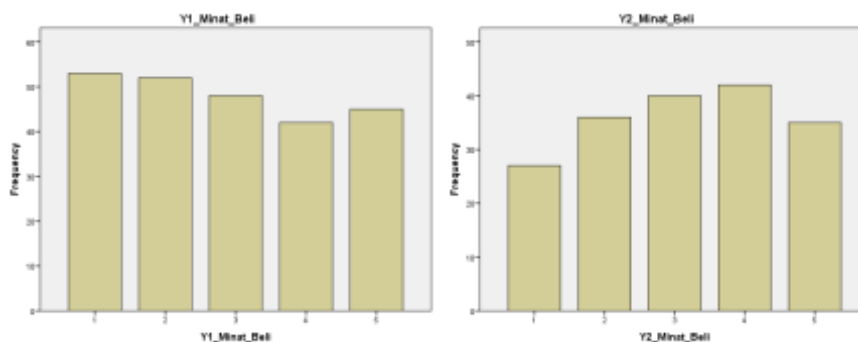
Tingkat kepuasan terhadap cookies gluten-free menunjukkan kecenderungan stagnan atau menurun. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun cookies gluten-free diterima secara umum, ekspektasi terhadap

produk ini belum sepenuhnya terpenuhi. Namun panelis setuju bahwa harga cookies gluten-free sesuai dengan kualitas yang diberikan. Penelitian oleh Anggraini & Budiono (2023) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara ekspektasi dan performa produk, termasuk rasa dan penampilan.



Gambar 7. Grafik Perbandingan Kesehatan

Aspek kesehatan menjadi keunggulan utama cookies gluten-free. Jumlah panelis yang menyatakan “sangat setuju” meningkat dari pretest ke posttest. Hal ini selaras dengan pendapat Fricchione (2024) yang menekankan bahwa nilai gizi dan citra “lebih sehat” menjadi alasan utama konsumen memilih produk bebas gluten meskipun aspek rasa belum optimal.



Gambar 8. Grafik Perbandingan Minat Beli

Minat beli mengalami peningkatan signifikan pasca pencicipan. Panelis menyatakan tertarik membeli cookies gluten-free demi pola hidup sehat. Studi oleh Andrea et al. (2023) menyatakan bahwa konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk produk bebas gluten dengan nilai kesehatan yang tinggi, terutama pada kalangan muda dan sadar gizi.

Uji T Berpasangan

Tabel 1. Paired Sample Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Mean	Lower			
Pair 1	Persepsi - Daya_Terima	- .833	9.169	1.184	-3.202	1.535	-.704	59	.484

Berdasarkan hasil uji paired sample t-test, diperoleh nilai signifikansi (2-tailed) sebesar 0,484. Karena nilai ini lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka H1 diterima. Artinya, cookies gluten-free dapat diterima dengan baik oleh Masyarakat, walaupun terdapat perbedaan nilai rata-rata secara deskriptif.

Pembahasan

Persepsi Masyarakat Terhadap *Cookies Gluten-Free* Dibandingkan *Cookies Konvensional*

Persepsi panelis dalam penelitian ini menunjukkan kecenderungan memilih *cookies* konvensional dibandingkan *cookies gluten-free*. Sebagian besar responden memiliki anggapan awal bahwa *cookies* konvensional lebih lezat, terutama dari segi rasa dan tekstur. Hal ini dipengaruhi oleh familiaritas konsumen terhadap *cookies* berbahan dasar gluten yang telah lama dikonsumsi secara luas. Schiffman dan Wisenblit (2015) menyatakan bahwa persepsi terbentuk dari interpretasi subjektif atas pengalaman sensorik dan informasi sebelumnya. *Cookies gluten-free* dinilai kurang menarik dari segi tekstur, rasa, dan penampilan, sebagaimana ditegaskan oleh Sadler et al. (2019) dan Rayesa & Ali (2022) yang menyatakan bahwa konsumen non-celiac masih memiliki persepsi negatif terhadap produk bebas gluten. Penilaian visual juga menjadi faktor penting, di mana *cookies gluten-free* dianggap memiliki tekstur lebih kasar dan warna yang kurang merata dibandingkan *cookies* konvensional. Hal ini sejalan dengan temuan Vriesekoop et al. (2020) yang mencatat bahwa konsumen masih merasa kurang puas terhadap tampilan dan tekstur produk *gluten-free*.

Meski demikian, responden yang pernah mengonsumsi produk bebas gluten cenderung memiliki persepsi yang lebih positif. Raghunathan et al. (2006) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap manfaat kesehatan suatu produk dapat memengaruhi preferensi bahkan sebelum konsumsi. Fricchione (2024) juga menambahkan bahwa konsumen kini menginginkan *cookies gluten-free* yang tak hanya sehat, namun juga memiliki rasa dan tampilan menyerupai *cookies* konvensional. Secara keseluruhan, *cookies* konvensional memperoleh skor persepsi lebih tinggi, khususnya pada aspek rasa, penampilan, dan kepuasan.

Daya terima masyarakat terhadap *cookies gluten-free* dibandingkan *cookies* konvensional

Analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan daya terima yang signifikan antara *cookies gluten-free* dan *cookies* konvensional. *Cookies* konvensional secara umum memperoleh nilai lebih tinggi, terutama pada aspek rasa dan kepuasan konsumen. Hal ini konsisten dengan penelitian Rayesa & Ali (2022), yang menyebutkan bahwa kendala utama dalam penerimaan produk *gluten-free* terletak pada rasa yang dianggap kurang kuat, kurang manis, atau memiliki *aftertaste* yang asing. Namun, beberapa responden memberikan skor tinggi terhadap *cookies gluten-free*, khususnya pada aspek warna dan aroma. Hal ini menunjukkan bahwa formulasi *cookies gluten-free* yang digunakan dalam penelitian ini cukup berhasil mempertahankan daya tarik visual dan aroma khas. Menurut Silva et al. (2023), penggunaan bahan non-gluten seperti quinoa dan almond dapat menghasilkan aroma dan warna yang lebih cerah, sehingga menarik perhatian konsumen. Dari segi gizi, *cookies gluten-free* memiliki kandungan nutrisi yang lebih baik dibandingkan *cookies* konvensional. Sejumlah responden bahkan menyatakan kesediaan membeli produk ini sebagai bentuk dukungan terhadap pola hidup sehat. Hal ini didukung oleh temuan Andreea et al. (2023), yang menyebutkan bahwa konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk produk bebas gluten yang dianggap lebih bergizi.

Secara keseluruhan, meskipun *cookies gluten-free* masih berada di bawah *cookies* konvensional dalam aspek rasa dan kepuasan, terdapat peluang besar untuk meningkatkan daya terima produk ini melalui inovasi resep. Pengalaman mencicipi secara langsung juga mampu menggeser persepsi negatif konsumen, sebagaimana dijelaskan oleh Cairano et al. (2022). Dengan edukasi dan formulasi yang tepat, produk *cookies gluten-free* memiliki potensi besar untuk diterima pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi awal dan daya terima akhir masyarakat terhadap *cookies gluten-free* dan *cookies* konvensional. Pada tahap pretes, *cookies* konvensional lebih disukai hampir dalam seluruh aspek, terutama rasa dan tekstur. Hal ini disebabkan oleh familiaritas konsumen terhadap *cookies* berbahan dasar gluten yang telah lama dikonsumsi secara luas. Namun, setelah dilakukan pencicipan dan edukasi terkait manfaat *cookies* bebas gluten, terjadi peningkatan daya terima terhadap *cookies gluten-free*, terutama dalam aspek warna, aroma, persepsi kesehatan, dan minat beli. Hal ini membuktikan bahwa edukasi memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif dan meningkatkan penerimaan konsumen terhadap produk pangan alternatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penyusun sampaikan kepada: Bapak Dr. Untung Lasiyono, S.E., M. Si., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Bapak Dr. Drs. Akhmad Qomaru Zaman, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Ibu Sulistiami, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga. Bapak Agus Ridwan Misbahudin, S.Pd., M.Pd. dan Ibu Rina Asmaul, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian, membantu dan mengarahkan penyusun dalam menyusun skripsi ini. Bapak Sunarto dan Ibu Wiwik Ekowati selaku orangtua, dan saudara – saudara saya yang selalu memberikan semangat, dukungan moral dan materil, serta doa yang tiada henti selama penulis menjalani proses penyusunan skripsi ini. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung penyusun dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Daftar Pustaka

- Anggraini, F. P., & Budiono, A. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajem en Dan Kewirausahaan*, 3(2), 676–688.
- Artanti, H. L. N., Ramadhani, A. N., Nuzula, Z. F., Gunalaing, E. S., Rohmawati, O. A., & Asmaul, R. (2023). Daya Terima Konsumen terhadap Inovasi Unik Produk Makanan Sambal Tabur Kecombrang. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(2). <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1124>
- Fricchione, M. (2024). Consumers want cleaner-label, better tasting gluten-free options in more categories. *Bakery and Snacks*. <https://www.bakeryandsnacks.com/Article/2024/06/27/consumers-want-cleaner-label-better-tasting-gluten-free-options-in-more-categories>
- Gantari, R. J., Misbahuddin, A. R., & Asmaul, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kantin Bu Lilik dan Pak Wawan. *Bugaris*, 1(1).
- Gizi, P. S., Pertanian, F., Peternakan, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2024). *DAYA TERIMA COOKIES DENGAN PERSENTASE*.
- Maulana, T., & Lestari, E. (2023). "Pengaruh Persepsi dan Edukasi Konsumen terhadap Penerimaan Produk Inovatif." *Jurnal Psikologi Konsumen*, 5(1), 41–50.
- Nurhayati, R., & Andini, M. (2024). "Evaluasi Daya Terima Produk Pangan Berbasis Tepung Non-Gluten." *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 19(1), 22–30.
- Rayesa, N. F., & Ali, D. Y. (2022). Sikap Konsumen Milenial Terhadap Produk Berlabel Gluten-Free Milenial. 6, 1684–1695.
- Sari, D. M., & Wulandari, R. (2022). Penerapan Uji-T Berpasangan dalam Evaluasi Produk Pangan Alternatif. *Jurnal Gizi & Pangan Indonesia*, 14(2), 95–104.
- Silva, et al. (2023). Evaluation of the physicochemical and sensory characteristics of gluten-free cookies. *Frontiers in Nutrition*, 10, 1304117. <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1304117>
- Vriesekoop, F., et al. (2020). Against the Grain: Consumer's Purchase Habits and Satisfaction with Gluten-Free Product Offerings in European Food Retail. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124465>