EKODESTINASI: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata
Vol. 4 No. 2 (2026) Hal. 125-130

ISSN 2986-4704 (Online)

Daya Terima Generasi Z terhadap Inovasi Produk *Cheesecake* Berbahan Dasar Ubi Cilembu

Syamsul Dwi Putra[1], Ratih Dwi Astuti[2], Latif[3]
[1]Universitas Pertiwi, e-mail: 22420016@pertiwi.ac.id
[2]Universitas Pertiwi, e-mail: ratih.dwi@pertiwi.ac.id
[3]Universitas Pertiwi, e-mail: latif.bisri@pertiwi.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
August 24, 2026

Direvisi:
August 26, 2026

Diterima:
August 30, 2026

ABSTRACT

Cilembu sweet potato has natural sweetness, a distinctive caramel aroma, and strong potential as a local ingredient for food innovation; however, its use in modern desserts remains limited. This study aimed to analyze Generation Z's acceptance of Cilembu sweet potato-based cheesecake, compare the sensory characteristics of 30%, 70%, and 100% formulations, and determine the most preferred formulation. A mixed-method approach with a sequential exploratory design was employed. The qualitative stage involved interviews with three trained panelists who evaluated the aroma, sweetness, color, texture, and overall acceptance of the three formulations. The selected formulation was then assessed quantitatively through a hedonic test using a five-point scale involving 71 purposively selected Generation Z panelists. The results showed that the 30% formulation was consistently selected by two of the three trained panelists and was considered the closest to the characteristics of classic cheesecake. In the hedonic test, the 30% formulation achieved an overall mean score of 3.77 out of 5. The overall acceptance aspect obtained the highest mean score of 3.98, with 88% of responses falling into the agree and strongly agree categories, followed by texture (3.79), aroma (3.78), color (3.76), and taste (3.55). The study concludes that the 30% formulation was the selected formulation and demonstrated good acceptance among Generation Z consumers.

Keywords : Cilembu sweet potato; Generation Z; hedonic test; product acceptance; cheesecake innovation

ABSTRAK

Ubi Cilembu memiliki karakteristik manis alami, aroma karamel, dan potensi sebagai bahan inovasi pangan lokal, tetapi pemanfaatannya dalam *dessert modern* masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya terima Generasi Z terhadap inovasi cheesecake berbasis ubi Cilembu, membandingkan karakteristik sensoris formulasi 30%, 70%, dan 100%, dan menentukan formulasi yang paling disukai. Penelitian menggunakan metode campuran (*mixed method*) dengan desain eksploratoris sekuensial. Tahap kualitatif dilakukan melalui wawancara terhadap tiga panelis terlatih untuk menilai aspek aroma, tingkat kemanisan, warna, tekstur, dan penerimaan keseluruhan pada ketiga formulasi. Formulasi terpilih kemudian diuji secara kuantitatif melalui uji hedonik menggunakan skala lima poin kepada 71 panelis Generasi Z yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa formulasi 30% dipilih secara konsisten oleh dua dari tiga panelis terlatih dan dinilai paling mendekati karakteristik *classic cheesecake*. Pada uji hedonik, formulasi 30% memperoleh nilai rata-rata keseluruhan 3,77 dari skala 5. Aspek penerimaan keseluruhan memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,98 dengan 88% jawaban berada pada kategori setuju dan sangat setuju, diikuti tekstur 3,79, aroma 3,78, warna 3,76, dan rasa 3,55. Penelitian menyimpulkan bahwa formulasi 30% merupakan formulasi terpilih dan menunjukkan daya terima yang baik pada Generasi Z.

Kata Kunci : daya terima; Generasi Z; inovasi *cheesecake*; ubi Cilembu; uji hedonik

Corresponding Author : Syamsul Dwi Putra, Program Studi Diploma IV Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Bahasa, Universitas Pertiwi, e-mail: 22420016@pertiwi.ac.id

DOI: https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v4i2.1237
https://glorespublication.org/index.php/ekodestinasi

PENDAHULUAN

Dessert modern merupakan hidangan penutup yang mengalami transformasi dari resep tradisional menjadi sajian dengan tampilan, tekstur, dan cita rasa yang lebih variatif, sering kali memadukan bahan klasik dengan elemen inovatif seperti bahan pangan lokal maupun teknik penyajian kontemporer. Salah satu dessert modern yang populer di kalangan konsumen saat ini adalah cheesecake, yaitu hidangan penutup dengan lapisan dasar biskuit dan adonan keju lembut sebagai komponen utamanya (Adistya et al., 2021). Berbagai varian rasa seperti cokelat dan matcha telah dieksplorasi, menunjukkan besarnya ruang inovasi bagi bahan-bahan baru dalam pengembangan produk ini.

Perkembangan dessert modern tidak terlepas dari preferensi konsumen, terutama Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 (Pew Research Center, 2019). Generasi ini merupakan kelompok konsumen utama dalam industri kuliner yang terbuka terhadap inovasi, menghargai keaslian, serta mempertimbangkan tampilan, rasa unik, dan penggunaan bahan alami dalam memilih produk makanan. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai segmen pasar yang strategis untuk diperkenalkan pada inovasi dessert berbahan dasar pangan lokal.

Di sisi lain, potensi bahan pangan lokal seperti ubi Cilembu belum banyak dimanfaatkan dalam pengembangan dessert modern. Ubi Cilembu merupakan salah satu produk pertanian unggulan dari Desa Cilembu, Sumedang, Jawa Barat, yang terkenal karena proses pematangannya menghasilkan cairan kental menyerupai madu. Secara organoleptik, ubi ini memiliki aroma khas, tekstur pulen dan lembut, serta kandungan gula alami yang tinggi akibat proses karamelisasi, sehingga kaya akan vitamin A, beta-karoten, dan serat (Solihin et al., 2017). Kandungan gula alaminya berpotensi mengurangi kebutuhan gula tambahan dalam resep dessert. Namun demikian, pemanfaatan ubi Cilembu di masyarakat masih terbatas dan kerap dipandang sebagai pangan kelas bawah, sehingga integrasinya ke dalam industri dessert modern menjadi langkah strategis untuk mendongkrak nilai jual komoditas lokal ini (Solihin et al., 2017).

Beberapa kajian terdahulu telah mengeksplorasi pemanfaatan ubi jalar sebagai bahan substitusi dalam produk dessert, misalnya sebagai bahan substitusi krim keju (Adato et al., 2021) dan sebagai bahan substitusi dalam cheese cake sebagai dessert kekinian (Adistya et al., 2021). Meskipun demikian, kajian yang secara spesifik menggunakan ubi Cilembu sebagai bahan substitusi utama dalam formulasi cheesecake, khususnya yang mengaitkannya dengan daya terima Generasi Z, masih sangat terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan ubi Cilembu sebagai bahan substitusi pada beberapa taraf formulasi (30%, 70%, dan 100%) serta pengujian daya terimanya secara sistematis, baik dari sisi kualitatif melalui panelis terlatih maupun kuantitatif melalui panelis konsumen Generasi Z, yang belum banyak dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis daya terima Generasi Z terhadap inovasi *cheesecake* berbahan dasar ubi Cilembu, (2) membandingkan karakteristik sensoris formulasi 30%, 70%, dan 100%, dan (3) menetapkan formulasi terpilih untuk diuji daya terimanya pada konsumen Generasi Z. Penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan bagaimana tingkat daya terima Generasi Z terhadap cheesecake ubi Cilembu pada berbagai taraf formulasi, serta formulasi manakah yang memiliki karakteristik sensoris paling mendekati *classic cheesecake*. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademis berupa data ilmiah mengenai potensi ubi Cilembu sebagai bahan inovasi dessert modern, serta manfaat praktis bagi pelaku industri *food and beverage* dalam mengembangkan produk *cheesecake* berbahan dasar pangan lokal yang sesuai dengan preferensi konsumen Generasi Z.

DOI: https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v4i2.1237

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan desain eksploratoris sekuensial, yaitu menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif agar gambaran masalah yang diteliti menjadi lebih komprehensif (Creswell & Plano Clark, 2018; Sugiyono, 2019). Tahap kualitatif dilakukan lebih dahulu melalui wawancara semi-terstruktur terhadap tiga panelis terlatih di bidang pastry untuk mengeksplorasi persepsi terhadap rasa, aroma, warna, dan tekstur ketiga formulasi cheesecake ubi Cilembu (30%, 70%, dan 100%). Temuan kualitatif tersebut digunakan untuk menentukan formulasi yang dilanjutkan ke tahap uji hedonik kuantitatif.

Tahap kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner uji hedonik menggunakan skala lima poin (1 = sangat tidak suka, 5 = sangat suka) kepada 71 panelis konsumen Generasi Z yang dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria merupakan kelahiran tahun 1997–2012 dan pernah mengonsumsi *classic cheesecake* sebelumnya. *Classic cheesecake* yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada *cheesecake* konvensional dengan lapisan dasar biskuit (*biscuit crust*) dan isian keju krim (*cream cheese*) yang dipanggang hingga menghasilkan tekstur lembut, rasa manis-gurih yang seimbang, warna putih kekuningan, serta aroma khas keju (Adistya et al., 2021). *Classic cheesecake* digunakan sebagai standar pembanding untuk menilai sejauh mana karakteristik sensoris produk inovasi masih mempertahankan karakteristik umum *cheesecake* konvensional. Penilaian mencakup lima aspek, yaitu rasa, aroma, warna, tekstur, dan penerimaan keseluruhan, yang masing-masing diukur melalui dua pernyataan (Setyaningsih et al., 2010). Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh nilai rata-rata dan persentase setiap kategori jawaban pada tiap aspek penilaian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Wawancara Panelis Terlatih

Formulasi 30%, 70%, dan 100% dalam penelitian ini merujuk pada persentase substitusi ubi Cilembu terhadap total berat adonan *filling cheesecake*, yang diikuti dengan pengurangan proporsi gula tambahan secara proporsional sesuai tingkat substitusi, mengingat ubi Cilembu telah mengandung gula alami hasil karamelisasi. Dengan demikian, formulasi 30% menggunakan ubi Cilembu sebesar 30% dari total berat adonan *filling* dengan gula tambahan masih dipertahankan dalam proporsi terbesar, formulasi 70% menggunakan ubi Cilembu sebesar 70% dari total berat adonan *filling* dengan gula tambahan yang dikurangi lebih banyak, sedangkan formulasi 100% menggunakan ubi Cilembu sebagai substitusi penuh terhadap adonan *filling* tanpa penambahan gula pasir.

Wawancara terhadap tiga panelis terlatih dilakukan terhadap tiga sampel *cheesecake* ubi Cilembu berkode acak (101 = 30%, 102 = 70%, 103 = 100%). Pada aspek aroma, formulasi 30% masih didominasi aroma classic cheesecake dengan aroma ubi yang belum terlalu keluar, formulasi 70% menunjukkan aroma ubi yang mulai seimbang dengan aroma keju, sedangkan formulasi 100% memiliki aroma ubi yang sangat dominan. Pada aspek tingkat kemanisan, formulasi 30% dinilai paling mendekati rasa *classic cheesecake*, formulasi 70% dinilai cukup seimbang antara manis ubi dan gurih keju, sedangkan formulasi 100% justru dinilai kurang manis karena tertutup rasa gurih dari keju.

Pada aspek warna, formulasi 30% dinilai menarik dan mirip *classic cheesecake*, sedangkan formulasi 100% dinilai pucat dan kurang menarik karena tidak menggunakan tambahan gula pasir. Pada aspek tekstur, formulasi 30% dinilai paling lembut dan mendekati classic cheesecake, sementara formulasi 100% memiliki tekstur yang menyerupai mashed potato. Rekapitulasi formulasi paling disukai oleh ketiga panelis terlatih disajikan pada Tabel 1.

DOI: https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v4i2.1237

Tabel 1. Rekapitulasi Formulasi Paling Disukai Menurut Panelis Terlatih

Panelis	*Aroma*	*Kemanisan*	*Warna*	*Tekstur*	*Keseluruhan*
1	30%	30%	30%	30%	30%
2	70%	70%	30%	70%	70%
3	30%	30%	30%	30%	30%

Berdasarkan Tabel 1, dua dari tiga panelis secara konsisten memilih formulasi 30% sebagai formulasi yang paling disukai pada seluruh aspek, dengan pertimbangan formulasi ini paling mendekati karakteristik *classic cheesecake*. Dengan demikian, formulasi 30% ditetapkan sebagai formulasi terpilih untuk dilanjutkan ke tahap uji hedonik kuantitatif.

B. Hasil Uji Hedonik Berdasarkan Aspek Penilaian

Kuesioner uji hedonik terhadap *cheesecake* ubi Cilembu formulasi 30% diisi oleh 71 panelis Generasi Z yang berasal dari wilayah Jakarta, dengan kriteria responden merupakan Generasi Z yang pernah mengonsumsi *classic cheesecake*. Panelis terdiri atas 50 panelis laki-laki dan 21 panelis perempuan, dengan mayoritas responden berusia 19–23 tahun (57,7%) dan berstatus pelajar/mahasiswa (47,9%). Uji hedonik dilakukan dengan teknik tatap muka, yaitu masing-masing panelis mencicipi langsung sampel fisik *cheesecake* ubi Cilembu formulasi 30% yang telah disiapkan, kemudian mengisi kuesioner uji hedonik secara daring melalui tautan yang dibagikan pada saat pengujian. Dokumentasi sampel *cheesecake* ubi Cilembu formulasi 30% yang diujikan disajikan pada Gambar 1. Rekapitulasi persentase jawaban pada kelima aspek penilaian disajikan pada Tabel 2.

Gambar 1. Dokumentasi Sampel *Cheesecake* Ubi Cilembu Formulasi 30%

Tabel 2. Rekapitulasi Persentase Jawaban pada Lima Aspek Penilaian

Aspek	*SS (%)*	*S (%)*	*R (%)*	*TS (%)*	*STS (%)*
Rasa	0,7	57,1	38,0	4,3	0,0
Aroma	4,9	67,6	27,5	0,0	0,0
Warna	4,2	67,6	28,2	0,0	0,0
Tekstur	1,4	76,1	22,5	0,0	0,0
Keseluruhan	9,9	78,1	12,0	0,0	0,0

Berdasarkan Tabel 2, aspek penerimaan keseluruhan memperoleh persentase setuju dan sangat setuju tertinggi (88,0%), dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,77 dari skala 5. Aspek tekstur juga menunjukkan hasil tinggi (77,5% setuju/sangat setuju), diikuti aroma (72,5%) dan warna (71,8%). Sebaliknya, aspek rasa memiliki proporsi ragu-ragu tertinggi (38,0%) dan merupakan satu-satunya aspek yang masih memperoleh respon tidak setuju (4,3%). Tidak ditemukan respon sangat tidak setuju pada kelima aspek yang diuji. Temuan ini menunjukkan bahwa penerimaan terhadap *cheesecake* ubi Cilembu formulasi 30% secara umum berada pada

DOI: https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v4i2.1237

kategori positif, meskipun aspek rasa masih menunjukkan tingkat keraguan yang relatif lebih tinggi dibandingkan aspek sensoris lainnya.

C. Pembahasan

Sebesar 57,8% jawaban berada pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan mengenai kesesuaian rasa manis ubi Cilembu dengan krim keju. Hal ini sejalan dengan karakteristik ubi Cilembu yang menghasilkan gula alami menyerupai madu melalui proses karamelisasi saat dipanggang (Choir & Akbar, 2023). Namun demikian, proporsi keraguan yang cukup tinggi pada aspek ini mengindikasikan bahwa keseimbangan rasa gurih-asin *cream cheese* dengan manis alami ubi Cilembu belum sepenuhnya mencapai keseimbangan seperti pada *classic cheesecake* (Adato et al., 2021).

Pada aspek aroma dan warna, produk memperoleh respon yang positif, masing-masing sebesar 72,5% dan 71,8% responden setuju/sangat setuju. Hasil ini memperkuat karakteristik ubi Cilembu yang menghasilkan aroma smoky-caramel khas serta warna jingga keemasan akibat kandungan beta-karoten yang tinggi (Solihin et al., 2017). Sebesar 77,5% jawaban berada pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan mengenai kelembutan tekstur *cheesecake* ubi Cilembu. Ini menunjukkan bahwa pati alami ubi Cilembu berhasil berperan sebagai modifikator tekstur yang menghasilkan kelembutan menyerupai *classic cheesecake*.

Secara keseluruhan, hasil ini konsisten dengan temuan tahap kualitatif, di mana formulasi 30% dikonfirmasi sebagai formulasi dengan tingkat penerimaan tertinggi baik dari sisi penilaian ahli maupun konsumen Generasi Z. Produk cheesecake ubi Cilembu formulasi 30% terbukti memiliki daya terima yang baik, dengan aspek tekstur dan warna sebagai aspek dengan penerimaan tertinggi, sedangkan aspek rasa masih memerlukan penyempurnaan lebih lanjut agar tingkat kemiripannya dengan classic cheesecake dapat lebih ditingkatkan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis kualitatif dan kuantitatif, dapat disimpulkan bahwa formulasi cheesecake ubi Cilembu 30% merupakan formulasi dengan daya terima terbaik. Formulasi ini dipilih secara konsisten oleh dua dari tiga panelis terlatih dan memperoleh nilai rata-rata dari lima aspek penilaian sebesar 3,77 pada skala 5 pada uji hedonik terhadap 71 panelis Generasi Z. Aspek penerimaan keseluruhan memperoleh nilai rata-rata tertinggi (mean 3,98), dengan 88,0% jawaban berada pada kategori setuju dan sangat setuju, diikuti oleh tekstur (3,79), aroma (3,78), warna (3,76), dan rasa (3,55). Hasil ini menunjukkan bahwa *cheesecake* berbasis ubi Cilembu formulasi 30% dapat diterima dengan baik oleh Generasi Z sebagai inovasi *dessert modern* yang memanfaatkan komoditas pangan lokal.

Bagi pelaku industri *food and beverage*, formulasi substitusi 30% dapat dipertimbangkan sebagai salah satu alternatif formulasi dalam pengembangan *cheesecake* berbahan dasar ubi Cilembu karena menunjukkan karakteristik yang relatif mendekati *classic cheesecake* dan daya terima yang baik pada Generasi Z. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengujian daya terima kuantitatif pada formulasi 70% dan 100% dengan jumlah panelis yang representatif sehingga perbandingan tingkat penerimaan antarformulasi dapat diuji secara statistik.

DAFTAR PUSTAKA

Adato, V., St, S., Par, M. M., Sutarman, K., Tan, J., & Herierna, L. P. (2021). Penggunaan Ubi Jalar sebagai Bahan Substitusi Krim Keju. Jurnal Sinergitas PkM dan CSR, 5(2), 434–439. https://doi.org/10.19166/JSPC.V5I2.3157

Adistya, M., Ratu, K., & Palupi, S. (2021). Cheese Cake dengan Substitusi Ubi Jalar (Ipomea batatas) sebagai Dessert Kekinian. Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, 16(1).

DOI: https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v4i2.1237

Choir, A. Z. A., & Akbar, A. A. (2023). Analisis Kandungan Glukosa dan Daya Terima Gula Cair Berbahan Dasar Ubi Cilembu (Ipomoea batatas L.). Jurnal SAGO Gizi dan Kesehatan, 5(1), 133–140. https://doi.org/10.30867/GIKES.V5I1.1295

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). Designing and Conducting Mixed Methods Research (3rd ed.). SAGE Publications.

Good News from Indonesia. (2025). Ubi Cilembu: Sumber Karbohidrat yang Populer hingga Sekarang. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/09/17/ubi-cilembu-sumber-karbohidrat-yang-populer-hingga-sekarang

Mengenal Nutrisi Ubi Cilembu. (2025). ANTARA News. https://m.antaranews.com/amp/berita/5286823/mengenal-nutrisi-ubi-cilembu

Pew Research Center. (2019). Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. Pew Research Center.

Setyaningsih, D., Apriyantono, A., & Sari, M. P. (2010). Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro. IPB Press.

Solihin, M. A., Sitorus, S. R. P., Sutandi, A., & Widiatmaka, D. (2017). Karakteristik Lahan dan Kualitas Kemanisan Ubi Jalar Cilembu. Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan, 7(3), 251–259. https://doi.org/10.19081/jpsl.2017.7.3.251

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.