

Nomor Daftar FPIPS : 5059/UN40.A2.10/PT/2024

**INOVASI TURUBUK *QUICHE* DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
EKSISTENSI PANGAN LOKAL DI KARAWANG**

**SKRIPSI**

*diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata  
pada Program Studi Manajemen Industri Katering*



Oleh  
Nurfathimah  
2008098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING FAKULTAS  
PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL UNIVERSITAS  
PENDIDIKAN INDONESIA  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**NURFATHIMAH  
INOVASI TURUBUK *QUICHE* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
EKSISTENSI PANGAN LOKAL DI KARAWANG**

**Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :**

**Pembimbing I**



**Ridwan Iskandar, Se., MM**

**Pembimbing 2**



**Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si**

**920200419910915201**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering**



**Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si**

**197103092010122001**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**INOVASI TURUBUK *QUICHE* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
EKSISTENSI PANGAN LOKAL DI KARAWANG**

Oleh :  
Nurfathimah  
2008098

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© **Nurfathimah**  
**Universitas Pendidikan Indonesia**  
**Mei 2024**

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin peneliti.

**NURFATHIMAH (2008098) “INOVASI TURUBUK *QUICHE* SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI PANGAN LOKAL DI KARAWANG”. Di Bawah Dosen Pembimbing I: Ridwan Iskandar, Se., MM., Dosen Pembimbing II: Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si.**

### **ABSTRAK**

Turubuk adalah pangan lokal khas Kabupaten Karawang yang banyak dibudidayakan di Desa Mekarbuana. Turubuk memiliki potensi nilai ekonomi yang sangat besar. Menambahkan turubuk dalam isian *quiche* dapat menjadi inovasi baru yang memadukan pangan lokal dengan hidangan *western*. *Quiche lorraine* merupakan hidangan khas jerman dengan *pie crust* yang renyah dengan isian *royal cream*, *cheese*, sayuran, dan daging. Hadirnya turubuk *quiche* akan menambah variasi hidangan modern dari turubuk, menciptakan cara baru menikmati turubuk serta menjadi *fusion food*. Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimental dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Turubuk *Quiche* ini diujikan dalam tiga formulasi resep yang berbeda, yaitu TQ 1 dengan perbandingan turubuk 70%:jamur merang 30%, TQ 2 dengan perbandingan turubuk 50%:jamur merang 30%, dan TQ 3 dengan isian turubuk 100%. Uji hedonik melalui uji organoleptik dilakukan kepada 30 orang panelis semi terlatih serta uji daya terima konsumen kepada 100 orang panelis konsumen untuk mengetahui penerimaan turubuk *quiche* di masyarakat. Setelah melakukan uji organoleptik, sampel TQ 3 dengan presentase turubuk 100% terpilih sebagai produk terbaik. Keseluruhan aspek turubuk *quiche* sangat diterima oleh masyarakat dan layak untuk dipasarkan.

**Kata Kunci : Inovasi Produk, Pangan Lokal, Turubuk, *Quiche Lorraine***

**NURFATHIMAH (2008098) “INNOVATION OF TURUBUK QUICHE AS AN EFFORT TO ENHANCE THE EXISTENCE OF LOCAL FOOD IN KARAWANG”. Under The Guidance of Advisor I: Ridwan Iskandar, Se., MM., and Advisor II Dosen Pembimbing II: Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si.**

### **ABSTRACT**

*Turubuk is a local food typical of Karawang Regency that is widely cultivated in Mekarbuana Village. Turubuk has a huge potential economic value. Adding turubuk in quiche filling can be a new innovation that combines local food with Western dishes. Quiche Lorraine is a typical German dish with a crispy pie crust filled with royal cream, cheese, vegetables, and meat. The presence of turubuk quiche will add a variety of modern dishes from turubuk, create a new way to enjoy turubuk, become a fusion food. The research method used was experimental using a quantitative approach. Turubuk Quiche was tested in three different recipe formulations, namely TQ 1 with 70% turubuk:30% merang mushroom ratio, TQ 2 with 50% turubuk:30% merang mushroom ratio, and TQ 3 with 100% turubuk filling. A hedonic test through organoleptic test was conducted on 30 semi-trained panelists and consumer acceptance test to 100 consumer panelists to determine the acceptance of turubuk quiche in the community. After conducting the organoleptic test, sample TQ 3 with 100% turubuk percentage was chosen as the best product. All aspects of turubuk quiche are highly accepted by the public and suitable for marketing.*

**Keywords: Product Innovation, Local Food, Turubuk, Quiche Lorraine**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR HAK CIPTA .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pariwisata.....	8
2.2 Pangan Lokal .....	8
2.3 Produk.....	9
2.4 Inovasi Produk .....	9
2.5 Turubuk.....	10
2.6 Kandungan Gizi Turubuk.....	11
2.7 Bahan Pembuatan .....	12
2.8 Formulasi Resep .....	15

2.9	Kemasan dan Label.....	15
2.10	Harga Jual .....	18
2.11	Strategi Pemasaran.....	19
2.12	Uji Daya Terima Konsumen .....	21
2.13	Penelitian Terdahulu .....	23
2.14	Kerangka Pemikiran .....	27
2.15	Hipotesis .....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	29
3.2	Metode Penelitian .....	29
3.2.1	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	31
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3	Instrumen Penelitian .....	36
3.3.3	Kitchen Project .....	36
3.3.4	Uji Organoleptik .....	42
3.3.5	Uji Hedonik.....	42
3.3.6	Kemasan dan Label.....	42
3.3.7	Perhitungan Harga Jual .....	43
3.3.8	Strategi Pemasaran.....	44
3.3.9	Uji Daya Terima Konsumen .....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Penelitian .....	45
4.1.1	Formulasi Resep .....	45
4.1.1.1	Perlengkapan Kitchen Project.....	46
4.1.1.2	Proses Produksi Turubuk <i>Quiche</i> .....	49

4.1.1.3 Analisis Uji Organoleptik .....	52
4.1.2 Desain Kemasan dan Label.....	60
4.1.3 Perhitungan Harga Jual Produk .....	66
4.1.4 Strategi Pemasaran Turubuk <i>Quiche</i> .....	70
4.1.5 Uji Daya Terima Konsumen .....	73
4.2 Pembahasan .....	83
4.2.1 Formulasi Resep .....	83
4.2.2 Harga Jual Turubuk <i>Quiche</i> .....	85
4.2.3 Kemasan dan Label.....	85
4.2.4 Strategi Pemasaran.....	86
4.2.5 Daya Terima Konsumen .....	87
4.2.6 Upaya Meningkatkan Pangan Lokal.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	88
5.1 Simpulan .....	88
5.2 Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN.....	93



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Klasifikasi Ilmiah Sayuran Turubuk .....	11
Tabel 2. 2 Kandungan Gizi Turubuk per 100g .....	12
Tabel 2. 3 <i>Formulasi Resep Quiche Lorraine</i> .....	12
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Kriteria Panelis Semi Terlatih dan Panelis Konsumen .....	30
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 3. 3 Jenis dan Sumber Data .....	35
Tabel 4. 1 Formulasi Resep dan Langkah Pembuatan <i>Quiche</i> dengan Isian Turubuk 70 % dan Jamur Merang 30% (TQ 1) .....	37
Tabel 4. 2 Formulasi Resep dan Langkah Pembuatan <i>Quiche</i> dengan Isian Turubuk 50 % dan Jamur Merang 50% (TQ 2) .....	38
Tabel 4. 3 Formulasi Resep dan Langkah Pembuatan <i>Quiche</i> dengan Isian Turubuk 100% (TQ 3) .....	40
Tabel 4. 4 Perlengkapan ( <i>Equipment and Utensils</i> ) <i>Kitchen Project</i> .....	46
Tabel 4. 5 Uji Hedonik Berdasarkan Karakteristik Rasa .....	56
Tabel 4. 6 Uji Hedonik Berdasarkan Karakteristik Tekstur .....	57
Tabel 4. 7 Uji Hedonik Berdasarkan Karakteristik Warna .....	57
Tabel 4. 8 Uji Hedonik Berdasarkan Karakteristik Aroma .....	58
Tabel 4. 9 Uji Hedonik Berdasarkan Karakteristik Tampilan .....	59
Tabel 4. 10 Informasi Kandungan Gizi .....	64
Tabel 4. 11 Harga Pokok Produksi <i>Quiche</i> dengan Isian Turubuk <i>Ready To Eat (RTE)</i> .....	66
Tabel 4. 12 Perhitungan Harga Pokok Produksi <i>Quiche</i> dengan Isian Turubuk <i>Frozen</i> .....	67
Tabel 4. 13 Harga Jual Produk Turubuk <i>Quiche Ready To Eat (RTE)</i> .....	69
Tabel 4. 14 Harga Jual Produk Turubuk <i>Quiche Frozen</i> .....	69
Tabel 4. 15 Skor Kelas Interval .....	73
Tabel 4. 16 Panelis Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4. 17 Panelis Konsumen Berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4. 18 Panelis Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	75

Tabel 4. 19 Panelis Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
Tabel 4. 20 Berdasarkan Karakteristik Warna.....	76
Tabel 4. 21 Berdasarkan Karakteristik Aroma .....	77
Tabel 4. 22 Berdasarkan Karakteristik Rasa .....	77
Tabel 4. 23 Berdasarkan Karakteristik Tekstur .....	78
Tabel 4. 24 Berdasarkan Karakteristik Tampilan .....	78
Tabel 4. 25 Berdasarkan Label Kemasan.....	79
Tabel 4. 26 Uji Daya Terima Berdasarkan Keamanan Kemasan .....	79
Tabel 4. 27 Berdasarkan Kandungan Gizi.....	80
Tabel 4. 28 Berdasarkan Harga Jual <i>Ready To Eat</i> .....	81
Tabel 4. 29 Berdasarkan Harga Jual <i>Frozen</i> .....	81
Tabel 4. 30 Berdasarkan Strategi Pemasaran .....	82
Tabel 4. 31 Kategori Kelompok Skor .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sayuran Turubuk .....	2
Gambar 1. 3 Quiche Lorraine .....	3
Gambar 1. 4 Hasil Kuesioner Pra-Penelitian .....	5
Gambar 2. 1 Sayuran Turubuk .....	10
Gambar 2. 2 Bagian Dalam Sayuran Turubuk .....	10
Gambar 2. 3 Sayuran Turubuk .....	11
Gambar 2. 4 Contoh Kemasan <i>Quiche Lorraine</i> .....	16
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar 4. 1 Proses Pembuatan Adonan Kulit <i>Quiche</i> .....	49
Gambar 4. 2 Proses Pembentukan Kulit <i>Quiche</i> .....	50
Gambar 4. 3 Proses Persiapan Bahan Isian .....	50
Gambar 4. 4 Menumis Bawang Bombai dan Jamur Merang .....	50
Gambar 4. 5 Pembuatan <i>Royal Cream</i> .....	51
Gambar 4. 6 Menuangkan Isian ke Kulit yang Sudah Matang .....	51
Gambar 4. 7 Pengemasan <i>frozen</i> Turubuk <i>Quiche</i> .....	51
Gambar 4. 8 Pengemasan Turubuk <i>Quiche Ready To Eat</i> .....	52
Gambar 4. 9 Turubuk <i>Quiche</i> Setelah Dipanggang .....	61
Gambar 4. 10 Turubuk <i>Quiche</i> Hari Pertama .....	61
Gambar 4. 11 Turubuk <i>Quiche</i> Setelah 2 Hari .....	62
Gambar 4. 12 Kemasan <i>Frozen</i> Turubuk <i>Quiche</i> .....	62
Gambar 4. 13 Kemasan <i>Hard Box</i> Turubuk <i>Quiche</i> (Tampak Depan) .....	63
Gambar 4. 14 Kemasan <i>Hard Box</i> Turubuk <i>Quiche</i> (Tampak Belakang) .....	63
Gambar 4. 15 Kemasan Turubuk <i>Quiche Ready To Eat (RTE)</i> .....	63
Gambar 4. 16 Kemasan Turubuk <i>Quiche RTE</i> (Tampak Depan) .....	64
Gambar 4. 17 Kemasan Turubuk <i>Quiche RTE</i> (Tampak Belakang) .....	64
Gambar 4. 18 Desain Label Turubuk <i>Quiche Ready To Eat</i> .....	65
Gambar 4. 19 Desain Label Turubuk <i>Quiche Frozen</i> .....	66
Gambar 4. 20 Persentase Jenis Kelamin Panelis Semi Terlatih .....	53
Gambar 4. 21 Persentase Usia Panelis Semi Terlatih .....	54
Gambar 4. 22 Proses Pembuatan Adonan Kulit <i>Quiche</i> .....	54

Gambar 4. 23 Persentase Pendidikan Terakhir Panelis Semi Terlatih .....	55
Gambar 4. 24 Akun Instagram <i>turkiish.id</i> .....	70
Gambar 4. 25 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Panelis Semi Terlatih .....	93
Lampiran 2. Identitas Panelis Semi Terlatih .....	95
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Panelis Semi Terlatih .....	98
Lampiran 4. Kuesioner Uji Daya Terima Konsumen .....	101
Lampiran 5. Identitas Panelis Konsumen.....	104
Lampiran 6. Hasil Kuesioner Panelis Konsumen .....	108
Lampiran 7. Hasil Uji Anova Menggunakan Aplikasi SPSS.....	114
Lampiran 8. Dokumentasi Panelis Semi Terlatih .....	120
Lampiran 9. Dokumentasi Panelis Konsumen .....	121
Lampiran 10. Dokumentasi Produk .....	122
Lampiran 11. Lembar Bimbingan Skripsi.....	123

## DAFTAR PUSTAKA

- Amadea, A. (2021), “Ini Alasan Indonesia Pantas Disebut sebagai Dapur Gastronomi Dunia”, *Kumparan Food*, available at: <https://kumparan.com/kumparanfood/ini-alasan-indonesia-pantas-disebut-sebagai-dapur-gastronomi-dunia-1w0kVu1vBAa/full> (accessed 13 March 2022).
- Andriyani, L., & Holinesti, R. (2022). Kualitas Kulit Pie Dari Tepung Jagung. *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi*, 49-55.
- Asiah, N., Cempaka, L., & David, W. (2018). Panduan Praktis: Pradugaan Umur Simpan Produk Pangan. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Bartono, & Ruffino. (2005). Food Product Management. In Bartono, & Ruffino, *di Hotel dan Restoran* (p. 193). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- BPOM. (2020). Pedoman Label Pangan Olahan. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan RI.
- Budiaman, W. (2012, January 20). *What Is Quiche?* Retrieved from Daily Meal: <https://www.thedailymeal.com/what-is-quiche/>
- Chaniago, R. (2015), “The Potential of Terubuk ( *Saccharum edule* Hasskarl ) Biomass as Fodder for Added Cow Body Weight”, Vol. 4 No. 2, pp. 68–73
- Darmawan, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dewi, C., Febriantini, K. and Ramdani, R. (2022), “Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Oleh Dinas Pangan Kabupaten Karawang”, *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. 9 No. 4, pp. 2289–2294.
- Dewi, O, D, & Ariani, M. (2023). Pengembangan pangan lokal mendukung ketahanan pangan berkelanjutan. Dalam S. Widowati, & R. A. Nurfitriani (Ed.), *Diversifikasi pangan lokal untuk ketahanan pangan: Perspektif ekonomi, sosial, dan budaya* (51–81). Penerbit BRIN.
- Harris, H. and Fadli, M. (2014), “Penentuan Umur Simpan (Shelf Life) Pundang Seluang (*Rasbora* Sp) Yang Dikemas Menggunakan Kemasan Vakum Dan Tanpa Vakum”, *Saintek Perikanan : Indonesian Journal of Fisheries Science and Technology*, Vol. 9 No. 2, pp. 53–62.

- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. Q., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 1-11.
- Indonesia, P.R. (2012), *Undang-Undang Republik Indonesia No 18 Tahun 2012 Tentang Pangan*, Sekretariat Negara, Jakarta.
- Irrubai, M.L. (2016), “Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga”, *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, Vol. 3 No. 1, pp. 15–30.
- Khairunnisa, A., & Arbi, A. S. (2021). In *Good Sensory Practices dan Bias Panelis* (p. 1.7).
- Kojo, C., Rogi, M.H. and Lintong, D.C. (2018), “Pkm Pengembangan Inovasi Produk Makanan Dan Minuman Yang Dijual Di Seputaran Kampus Unsrat Bahu”, *Jurnal Lppm Bidang Ekosobudkum*, Vol. 4 No. 2, pp. 68–76.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2018), *Principles of Marketing*, 17th ed., Pearson Education, United Kingdom.
- Lidiawati, R., Dwijayanti, F., Yuwita, N. and Pradigdo, S.F. (2013), “Mentel (Permen Wortel) Sebagai Solusi Penambah Vitamin A. Universitas Diponegoro”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. Vol 3 No.1 No. 1, pp. 11–14.
- Mahardikaningtyas, R., Nugroho, B.A. and Hartono, B. (2013), “Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Susu UHT (Ultra High Temperature) di Giant Hypermarket Kota Malang”, *Jurnal Artikel*, Vol. 1 No. 1, pp. 1–8.
- Makmur, T., Wardhana, M., & AR, C. (2022). Daya Terima Konsumen Terhadap Produk Olahan Minuman Serbuk Dari Limbah BIji Nangka. *Mahatani*, 90-97.
- Mas’ari, A., Hamdy, M.I. and Safira, M.D. (2020), “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau”, *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, Vol. 5 No. 2, p. 79
- Manajemen, P. (2012). *Business Model Canvs : Penerapan di Indonesia*. Jakarta: Ramelan.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.

- Nur'azkiya, L., Suhaeni, & Wijaya, I. E. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Jamur Merang Di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Agrimanex*, 48-58.
- Ramadhan, D. R., Priatini, W., & Indriasari, I. (2017). Potensi Sayur Besan sebagai Daya Tarik Wisata Warisan. *The Journal Gastronomy Tourism*, 89-105.
- Sandu Siyoto and Sodik, M.A. (2015), “Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1”, *Dasar Metodologi Penelitian*, pp. 1– 109.
- Suarsana, N. (2007). Pengendalian Biaya Departemen F&B di Perhotelan. Graha Ilmu.
- Sundayana, R. (2018). Statistika Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, K., & Widyatmaja, G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali: Pustaka Larasan.
- Tantri Miharti, Kurniawati and Algozi, D.E.A. (2019), *Kamus Tata Boga*, edited by Urfa, V.L. and Yanita, S.R., Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Jakarta
- Tjiptono, F. (1999). Strategi Pemasaran Edisi II. Yogyakarta: Andi.
- Vinaya, N. M., Prasetyo, T., & Harisyana, T. M. (2019). Analisis Penerapan Standar Resep dan Kualitas Makanan di Pizza Marzano. *Management & Accounting Expose*, 21-33.