

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang kaya akan berbagai macam kebudayaan. Keanekaragaman budaya ini dapat menjadikan ciri khas dari daerah tersebut, salah satunya dalam bidang kuliner (Utami, 2018). Kabupaten Lamongan memiliki berbagai makanan khas seperti soto lamongan, tahu campur, nasi boran, pecel lele, dan wingko. Berdasarkan macam-macam makanan khas daerah dari kabupaten Lamongan, wingko merupakan jajanan khas dan populer yang berasal dari Kecamatan Babat.

Berdasarkan SNI-01-04311-1996, wingko babat termasuk dalam kategori makanan semi basah dengan tekstur legit, rasa manis, dan aroma yang khas. Wingko babat berbentuk lempengan bundar dengan komponen utama berupa kelapa muda, tepung ketan dan gula. Perpaduan komponen ini menciptakan karakteristik wingko babat dengan tekstur yang kenyal dan padat, dengan aroma harus yang khas perpaduan kelapa dan gula, dan rasa manis dan gurih (Lazuardi dan Eviana, 2019).

Wingko babat telah menjadi ikon oleh-oleh khas Kabupaten Lamongan dan Jawa Timur secara umum. Produk ini berkembang melalui berbagai UMKM sekitar 36 usaha (Putri dan Trilaksana, 2022) dan hingga saat ini tercatat kurang lebih 60 pada Sistem Informasi Industri Lamongan (SIILa). Meskipun secara umum bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan wingko babat sama, namun masing-masing UMKM memiliki formulasi yang berbeda-beda, bahkan terdapat produsen yang menambahkan bahan lain seperti telur atau bahan penyedap. Hal tersebut menyebabkan perbedaan karakteristik sensori wingko babat yang berbeda di pasaran. Oleh karena itu, perlu dilakukan profiling sensori produk wingko babat yang ada di Lamongan.

Produsen WB 1 memiliki komposisi tepung ketan, gula pasir, kelapa parut muda, margarin, dan air kelapa dengan proses pemangganggan dua kali menggunakan kayu bakar, sedangkan perbedaan secara signifikan terdapat pada WB 6 dengan komposisi tepung ketan, gula, kelapa, penyedap dan telur ayam kampung. Sehingga setiap produsen perlu mengetahui preferensi

konsumen karena dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dalam pembelian produk tersebut (Fibrianto dan Dwihindarti, 2016).

Kurangnya informasi mengenai profil atribut sensori wingko babat menjadi salah satu faktor dugaan adanya perbedaan karakteristik atribut sensori wingko babat di kabupaten Lamongan. Evaluasi sensori ini bertujuan untuk melihat adanya perbedaan, mengetahui karakteristik, dan melihat faktor atribut sensori yang mempengaruhi penerimaan konsumen. Menurut Pangestika (2015), *profiling* atribut sensori adalah salah satu metode penting dalam mengukur, menganalisa, dan membandingkan sebuah produk pangan karena dalam *profiling* atribut sensori produk pangan dievaluasi segala karakteristik sensorinya.

Beberapa metode evaluasi sensori berbasis konsumen telah dikembangkan, seperti *flash profiling* (penentuan profil berbasis peringkat), *free choice profiling* (penentuan profil sensori bebas), *projective mapping*, *sorting*, dan *Check-All-That-Apply* (CATA) (Dehlholm *et al.*, 2012; Santos *et al.*, 2013; Dos Santos *et al.*, 2015; Liu *et al.*, 2018). *Rate-All-That-Apply* (RATA) merupakan metode pengembangan dari metode CATA, dimana RATA mampu menghasilkan nilai intensitas setiap atribut sensori yang dirasakan dan dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai keberadaan atribut dalam produk (Suharjono, 2022).

Metode *Rate-All-That-Apply* merupakan metode kuantitatif dalam melakukan sensory profiling yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen dalam menentukan karakteristik suatu produk. Metode RATA mampu mengumpulkan informasi mengenai karakteristik sensori produk melalui persepsi konsumen dengan menilai skor intensitas dari atribut sensori. Selain itu, metode ini juga dapat menghasilkan skor intensitas dari atribut sensori produk yang tidak diperoleh di metode CATA (Lawless dan Heyman, 2013; Ares *et al.*, 2014; Kemp *et al.*, 2018).

Penelitian ini menggunakan 6 produsen wingko babat yang berbeda untuk mengevaluasi karakteristik sensori yang ada. Data yang diperoleh akan dianalisis untuk mengidentifikasi atribut yang paling dominan dan memberikan rekomendasi bagi produsen untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Oleh

karena itu, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan produk makanan tradisional.

B. Tujuan

1. Mendeskripsikan profil atribut sensori wingko babat dari 6 produsen yang berbeda menggunakan metode RATA (*Rate-All-That-Apply*)
2. Menganalisis parameter pembeda dari masing-masing wingko babat dari 6 produsen yang berbeda menggunakan analisa PCA (*Principal Component Analysis*)
3. Mengetahui profil sensori yang paling diminati menurut preferensi konsumen menggunakan uji hedonik

C. Manfaat

1. Sebagai sumber informasi mengenai profil atribut sensori pada wingko babat di Kabupaten Lamongan
2. Sebagai sarana untuk berkontribusi dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh di program studi teknologi pangan untuk diterapkan secara nyata kepada masyarakat