

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap daerah di Indonesia memiliki makanan atau jajanan tradisional yang unik, hal ini dipengaruhi oleh letak geografis dan hasil alam di setiap daerah. Sebagai contoh, di Kabupaten Gresik terdapat berbagai makanan dan jajanan tradisional. Kabupaten Gresik merupakan salah satu daerah di Indonesia yang dikenal kaya akan keragaman kuliner tradisional (Nabillah *et al.*, 2021). Di Kabupaten Gresik terdapat satu Kecamatan yang memiliki jajanan tradisional yang berbahan dasar ikan, yaitu Kecamatan Sidayu. Kecamatan Sidayu terletak di pesisir utara Jawa dan memiliki posisi geografis yang strategis. Berbatasan langsung dengan laut dan mayoritas penduduk berprofesi sebagai nelayan Kecamatan Sidayu sangat mudah mendapatkan pasokan ikan sehingga mendorong penduduk di beberapa desa mengolah menjadi olahan produk pangan.

Bonggolan ikan merupakan salah satu produk olahan pangan yang kurang familier bagi masyarakat umum luar Kabupaten Gresik. Bonggolan ikan menjadi salah satu produk unggulan di Kecamatan Sidayu yang merupakan daerah dengan hasil perikanan yang melimpah. Bonggolan merupakan makanan ringan atau cemilan tradisional yang terbuat dari daging ikan yang dihaluskan dan dicampurkan dengan bumbu dan tepung tapioka. Disebut bonggolan karena bentuknya yang menyerupai bonggol pisang dengan diameter ± 3 cm dan panjang ± 20 cm. Adonan bonggolan ikan biasanya dibungkus dengan daun pisang dan dimatangkan dengan cara dikukus (Pharwati dan Sasmita, 2023).

Bonggolan memiliki cita rasa yang gurih, memiliki aroma khas ikan dan memiliki tekstur kenyal. Tekstur kenyal pada bonggolan dipengaruhi oleh bahan pengisi yang digunakan, yaitu tepung tapioka. Dalam pembuatan bonggolan, bahan pengisi ini mempunyai fungsi untuk membentuk tekstur padat dan kenyal, meningkatkan daya ikat air, dan menambah bobot produk sebagai substitusi sebagian daging ikan. Biasanya, ikan yang dijadikan bahan utama dalam pembuatan bonggolan adalah ikan payus (*Elops hawaiiensis*). Ikan payus dikenal memiliki kandungan protein yang tinggi yaitu 18,44% dan lemak yang rendah 1,16%. Ikan ini bukanlah hasil budidaya dan keberadaannya justru sering

dianggap sebagai hama di tambak tradisional, selain itu ketersediaannya justru terbatas yang membawa masyarakat terutama UMKM mengganti bahan bonggolan dengan menggunakan ikan bandeng (*Chanos chanos*) yang memiliki profil rasa yang cukup mirip (Amaliyah *et al.*, 2024).

Cita rasa khas ikan pada bonggolan yang diproduksi oleh UMKM di Kabupaten Gresik seringkali bervariasi. Perbedaan ini utamanya disebabkan oleh bahan baku ikan yang digunakan. Kenaikan harga bahan baku ikan akan mendorong produsen untuk mencari alternatif, yang pada akhirnya mempengaruhi profil rasa produk akhir. Selain itu, setiap produsen memiliki pertimbangan tersendiri dalam meracik produknya seperti proporsi antara tepung tapioka dengan ikan yang digunakan, yang secara langsung akan berkontribusi pada perbedaan atribut sensorik bonggolan di pasaran dan juga berpengaruh terhadap mutu produk. Secara umum, dalam menilai mutu produk tidak bisa hanya berdasarkan analisis sifat objektifnya saja, akan tetapi harus dilakukan pada sifat sensoriknya juga. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian sensoris pada bonggolan ikan untuk mengidentifikasi sifat sensori dan penerimaan konsumen yang biasa dikenal sebagai analisis atau evaluasi sensori (Adawiyah *et al.*, 2024).

Daya terima Masyarakat terhadap suatu produk pangan berkaitan dengan adanya faktor yang memengaruhi penerimaan konsumen pada suatu produk makanan, yang umumnya berkaitan dengan bahan baku yang digunakan (Utami *et al.* 2024). Secara umum, bonggolan memiliki warna putih keruh dan memiliki rasa asin dan gurih dengan cita rasa khas ikan, memiliki aroma khas ikan dan daun pisang yang dikukus, serta memiliki tekstur sedikit lunak, sedikit lengket, dan kenyal. Namun karakteristik ini belum menggambarkan intensitas dari profiling bonggolan secara spesifik. Analisis profil atribut sensori adalah salah satu metode penting dalam mengukur, menganalisis, dan membandingkan sensori produk pangan (Syari *et al.* 2025).

Evaluasi sensori memainkan peran penting dalam berbagai aspek pengembangan dan pemasaran produk pangan karena memiliki fungsi yang tidak hanya sebatas penilaian karakteristik organoleptik semata, melainkan juga memiliki dampak strategis yang signifikan (Pop, 2023). Pengujian sensori adalah metode penting dalam menilai suatu produk pangan menggunakan indera manusia yang meliputi aroma, rasa, warna, tekstur, *aftertaste*, dan penerimaan

keseluruhan. Proses ini juga dikenal sebagai penilaian inderawi atau organoleptik. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan mengukur atribut-atribut tertentu dari suatu produk, yang kemudian datanya dianalisis dan diinterpretasikan untuk memahami perbedaan, preferensi, atau deksripsi karakteristik produk tersebut (Agustina *et al.*, 2023).

Saat ini, metode *Rate-All-That-Apply* (RATA) merupakan salah satu pendekatan evaluasi sensori berbasis konsumen yang populer. Dengan metode ini, perbedaan atribut sensori antar sampel dapat diidentifikasi secara objektif berdasarkan penilaian langsung dari panelis/konsumen. (Adawiyah *et al.*, 2020) Kelebihan metode *Rate-All-That-Apply* (RATA) ini adalah terdapat kesempatan bagi panelis untuk menggambarkan besarnya intensitas atribut sensori pada produk. Disamping pentingnya identifikasi intensitas atribut sensori, perlu juga digali informasi tingkat penerimaan produk pada panelis. Oleh sebab itu, biasanya pengujian RATA disertai uji rating hedonik untuk melihat preferensi konsumen terhadap produk. (Jaeger dan Ares, 2015). Metode ini bermanfaat dalam mendeteksi atribut sensori dan menggambarkan intensitas masing-masing sampel sehingga tepat untuk digunakan dalam menganalisis minat konsumen terhadap sensori bonggolan ikan.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa RATA dapat menjadi tambahan yang valid, akurat, dan cepat untuk metode pembuatan produk yang sudah ada. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa RATA juga dapat diterapkan untuk pemetaan sensorik (Vaikma *et al.*, 2021). Profiling atribut sensori dengan metode RATA juga dilakukan pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Syari *et al* (2025) yang bertujuan menganalisis profil sensorik bandeng asap dari lima UMKM yang berbeda guna mengetahui atribut utama yang memengaruhi preferensi konsumen dengan menerapkan metode RATA (*Rate-All-that-Apply*). Sebanyak lima sampel diujikan dan disajikan kepada 70 panelis tidak terlatih. Hasil analisis menunjukkan bahwa masing-masing sampel memiliki atribut sensori yang berbeda. Pemetaan preferensi panelis menunjukkan bahwa sampel yang paling disukai adalah yang memiliki atribut dominan rasa manis, rasa asin, rasa pedas, warna cokelat, aroma manis, dan rasa berasap.

Penelitian telah dilakukan Pharwati dan Sasmita (2023) uji karakteristik sensorik dan uji hedonik pada bonggolan ikan dengan penambahan daging ika kembung, dan didapatkan karakteristik sensori bonggolan yaitu kenampakan

bonggolan yang lebih disukai oleh konsumen adalah bonggolan dengan warna yang tidak kusam dan lebih terang; aroma bonggolan yang lebih disukai adalah yang mempunyai aroma ikan tidak terlalu kuat; rasa bonggolan yang disukai berasal dari rasa gurih ikan, garam dan bawang putih; dan tekstur bonggolan yang disukai adalah kenyal dan kokoh. Selain itu, juga dilakukan uji fisik pada tekstur bonggolan berdasarkan *hardness*, *chewiness*, *springiness*, *cohesiveness*, dan *gumminess*. Penambahan daging kembung dan formulasi produk untuk bonggolan ikan akan berpengaruh terhadap karakteristik sensori yang dihasilkan.

Dari latar belakang tersebut, perlu adanya penelitian lebih lanjut terhadap profiling atribut sensori bonggolan ikan khas Gresik. Sehingga pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui profiling atribut sensori bonggolan ikan khas Gresik dari beberapa UMKM yang berbeda dan berasal dari Kabupaten Gresik. Metode yang digunakan yaitu metode *Rate-All-That-Type* (RATA) untuk evaluasi sensoris dan selanjutnya dilakukan analisis persepsi panelis terhadap bonggolan ikan khas Gresik. Harapannya, setelah dilaksanakan profiling sensori ini akan didapatkan hasil bonggolan yang sesuai dengan preferensi konsumen.

B. Tujuan

1. Mengidentifikasi profil atribut sensori bonggolan ikan khas Gresik yang diproduksi oleh 6 UMKM di Kecamatan Sidayu
2. Menganalisis perbedaan intensitas atribut sensori pada setiap bonggolan ikan produksi 6 UMKM di Kecamatan Sidayu
3. Menentukan tingkat preferensi konsumen terhadap bonggolan ikan produksi 6 UMKM di Kecamatan Sidayu.

C. Manfaat

1. Sebagai sumber informasi berkaitan profil atribut sensori pada komponen bonggolan ikan khas Gresik dari 6 UMKM yang ada di Kecamatan Sidayu
2. Sebagai sarana dalam mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu Teknologi Pangan yang telah dipelajari untuk memberikan manfaat langsung bagi masyarakat.