

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan berbagai macam kebudayaan (Adil *et al.*, 2024). Keanekaragaman budaya ini dapat menjadikan ciri khas dari daerah tersebut, salah satunya dalam bidang kuliner. Jawa Timur memiliki berbagai makanan khas seperti rawon, rujak cingur, lontong balap, tahu petis dan tahu campur (Harits, 2020). Salah satu makanan khas yang cukup dikenal di Jawa Timur adalah madumongso, yang berasal dari Kabupaten Ponorogo (Rizka, 2020).

Madumongso merupakan salah satu jenis makanan tradisional yang terbuat dari ketan hitam yang difermentasi, setelah itu dimasak dan ditambah dengan santan dan gula dalam wajan sampai lekat sehingga menyerupai dodol. Makanan ini memiliki cita rasa yang khas dan gurih berwarna cokelat kehitaman dan memiliki tekstur yang lunak setelah dimasak (Sukamto & Wulandari, 2018). Madumongso mudah ditemukan ketika ada acara besar, seperti hari raya Idul Fitri, acara pernikahan, ataupun acara hajatan besar lainnya (Ucha, 2019).

Di sisi lain, perkembangan industri pangan modern dan meningkatnya persaingan produk pangan menyebabkan pangan tradisional menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan preferensi konsumen (Ahsan *et al.*, 2025). Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga keberlanjutan produk tradisional adalah dengan mengidentifikasi karakteristik sensori yang menjadi identitas produk serta atribut yang memengaruhi tingkat penerimaan konsumen. Karakteristik sensori seperti rasa, aroma, warna, dan tekstur diketahui merupakan faktor utama yang memengaruhi preferensi, penerimaan, dan keputusan konsumen dalam memilih produk pangan (Isaskar *et al.*, 2021). Oleh karena itu, informasi mengenai profil sensori produk tradisional menjadi penting sebagai dasar dalam mempertahankan identitas produk sekaligus memahami atribut yang paling disukai oleh konsumen.

Sebagai produk tradisional yang berkembang melalui berbagai UMKM, setiap produsen madumongso diduga memiliki formulasi, teknik pengolahan, serta bahan tambahan yang berbeda-beda. Perbedaan-perbedaan tersebut bukan hanya memengaruhi tampilan fisik, tetapi juga karakteristik sensori seperti rasa, aroma, warna, dan tekstur. Sehingga, madumongso dari produsen yang berbeda

dapat menghasilkan pengalaman rasa dan sensasi makan yang berbeda, sehingga penting untuk dilakukan *profiling* sensori agar karakter khasnya dapat diidentifikasi.

Evaluasi sensori bertujuan untuk melihat adanya perbedaan, mengetahui karakteristik, dan melihat faktor atribut sensori yang mempengaruhi penerimaan konsumen (Tarwendah, 2017). Menurut Usman (2023) analisis sensori adalah suatu proses identifikasi, pengukuran ilmiah, analisis dan interpretasi atribut-atribut produk melalui lima pancaindra manusia, berupa indra penglihatan, penciuman, perasa, dan peraba. Teknik profil sensori pada suatu produk dilakukan untuk memberikan deskripsi yang jelas dan lengkap mengenai karakteristik sensori dari suatu produk pangan.

Beberapa metode evaluasi sensori berbasis konsumen telah dikembangkan, seperti *flash profiling*, *free listing* dan *Check-All-That-Apply* (CATA) (Yoon *et al*, 2023). Pada analisis sensori terdapat dua metode yang umum digunakan, yaitu *Check-All-That-Apply* (CATA) dan *Rate-All-That-Apply* (RATA). Metode *Rate-All-That-Apply* (RATA) merupakan metode pengembangan dari metode *Check-All-That-Apply* (CATA), dimana pada metode RATA panelis memberikan nilai intensitas dari setiap atribut sensori yang dirasakan dan dapat menghasilkan data yang berbeda signifikan dibandingkan dengan CATA (Adawiyah *et al*, 2020 ; Ares *et al*, 2014). Oleh karena itu, dalam penelitian *profiling* sensori madumongso, metode RATA dipilih karena dinilai lebih sesuai untuk memberikan gambaran perbedaan karakteristik antar sampel berdasarkan penilaian konsumen secara lebih spesifik.

Profiling atribut sensori menggunakan metode *Rate-All-That-Apply* (RATA) telah dilakukan oleh Pratiwi (2025), yang bertujuan untuk mendeskripsikan profil atribut sensori wingko babat dari enam produsen berbeda dan menganalisis atribut utama yang mempengaruhi preferensi konsumen. Profil sensori wingko babat dengan metode *Rate-All-That-Apply* melalui analisa *Principal Component Analysis* (PCA) menunjukkan hasil yang berbeda dan memperoleh hasil pemetaan kesukaan sampel yang disukai panelis. Sampel WB 3 dan WB 1 memiliki atribut sensori lebih disukai dan lebih diinginkan untuk produk wingko babat yaitu rasa kelapa, rasa manis, rasa gurih, aroma manis dan aroma kelapa.

Selain menilai intensitas atribut sensori suatu produk, metode RATA juga diperlukan untuk mendapatkan informasi mengenai tingkat penerimaan konsumen

dan mengetahui atribut mana yang paling berpengaruh. Metode RATA umumnya dilengkapi dengan uji *rating* hedonik untuk melihat tingkat kesukaan konsumen terhadap produk yang diuji (Adawiyah *et al*, 2020). Oleh karena itu, penilaian intensitas atribut sering dilakukan bersamaan dengan uji penerimaan menggunakan *rating* hedonik agar profil sensorial yang diperoleh dapat dikaitkan dengan tingkat penerimaan konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil sensorial produk madumongso dari beberapa produsen di Kabupaten Ponorogo menggunakan metode *Rate-All-That-Apply* (RATA). Metode RATA dapat membantu peneliti untuk mengetahui berbagai aspek sensorial seperti rasa, aroma, warna, tekstur, *mouthfeel* dan *aftertaste* yang mempengaruhi daya tarik konsumen. Data yang diperoleh akan dianalisis untuk mengidentifikasi atribut yang paling dominan dan memberikan informasi penting bagi produsen madumongso untuk meningkatkan kualitas produknya. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan produk makanan tradisional.

B. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi profil atribut sensorial produk madumongso dari 10 produsen yang berbeda menggunakan metode RATA (*Rate-All-That-Apply*).
2. Menganalisis parameter pembeda dari masing-masing madumongso dari 10 produsen yang berbeda menggunakan analisa PCA (*Principal Component Analysis*).
3. Mengetahui profil sensorial yang paling diminati menurut preferensi konsumen menggunakan uji hedonik.

C. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi bagi masyarakat mengenai atribut sensorial pada madumongso di Kabupaten Ponorogo.
2. Memberikan informasi bagi produsen mengenai atribut sensorial yang dominan pada madumongso untuk meningkatkan kualitas produk.