

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kakao (*Theobroma cacao* L.) merupakan salah satu komoditas yang memiliki peran penting pada sektor perekonomian di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara produsen kakao terbesar ketiga di dunia, dengan ketersediaan domestik kakao diperkirakan mencapai sebesar 862,01 ribu ton (Rohmah, 2025). Data terbaru dari International Cocoa Organization (ICCO) bahwa produksi kakao dunia periode 2024-2025 meningkat sekitar 4,698 juta ton. Data tersebut menunjukkan perubahan pola produksi global yang dapat mempengaruhi distribusi dan pemasokan bahan baku cokelat serta berpengaruh terhadap ketersediaan biji kakao untuk kebutuhan industri cokelat di berbagai wilayah termasuk juga Asia (ICCO, 2025). Produksi kakao tersebut dapat diolah menjadi berbagai macam olahan cokelat, seperti cokelat batang, lemak cokelat, cokelat bubuk, dan lainnya.

Cokelat batang umumnya dibuat dari campuran massa kakao, lemak kakao, susu atau hasil olahannya, gula pasir, mentega, lesitin dan penambahan cita rasa lainnya misalnya vanili (Rifqi, 2021). Dalam diversifikasi produk cokelat, cokelat batang memungkinkan untuk dilakukan penambahan bahan lain yang memiliki karakter sensori yang khas, misalnya rempah-rempah dengan proporsi tertentu sehingga tidak menutupi karakter utama sensori cokelat. Dengan demikian, peluang pengembangan produk cokelat dengan identitas sensori baru, seperti cokelat dengan penambahan jahe yang mengkombinasikan karakter khas rempah dengan profil sensori cokelat yang telah dikenal konsumen pada umumnya.

Penambahan bahan penunjang berbasis rempah seperti jahe (*Zingiber officinale*) berpotensi untuk memodifikasi karakter sensori cokelat, khususnya pada atribut rasa, aroma, tekstur, dan sensasi organoleptik cokelat secara signifikan. Jahe memiliki kandungan senyawa bioaktif seperti *gingerol* dan *shogaol* yang dapat memberikan sensasi pedas hangat serta aroma khas (Firdausni & Kamsina, 2018). Senyawa *gingerol* dan *shogaol* tersebut dapat memberikan kontribusi sensori yang khas dan dapat menjadi faktor pembeda

produk coklat jahe dibandingkan dengan coklat konvensional lainnya. Produksi jahe di Indonesia tergolong tinggi dibandingkan dengan rempah lainnya, tetapi dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan penurunan karena adanya upaya peningkatan nilai tambah melalui produk inovatif yang memiliki nilai daya saing sangat tinggi (Putra & Fathurohman, 2025).

Terdapat beberapa produsen lokal yang memproduksi coklat rempah, salah satu rempah yang digunakan tersebut yaitu jahe. Produk coklat jahe komersil umumnya memiliki karakteristik sensori yang merupakan perpaduan antara rasa pahit khas kakao serta sensasi hangat dari jahe. Keseimbangan antara karakteristik coklat jahe tidak selalu optimal, karena intensitas rasa pedas dan aroma jahe apabila terlalu kuat dapat menutupi karakteristik coklat, sedangkan penambahan jahe dalam jumlah rendah dapat menyebabkan atribut jahe tidak terdeteksi secara jelas oleh konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelaksanaan evaluasi sensori *profiling* atribut sensori menggunakan metode *Rate-All-That-Apply* (RATA) dengan analisis deskriptif untuk memperoleh informasi terukur mengenai karakteristik produk.

Penelitian terdahulu menunjukkan efektivitas metode RATA dalam memetakan atribut sensori pada berbagai produk pangan, termasuk minuman tradisional, pemanis, dan jamu. Hasil studi tersebut membuktikan bahwa RATA menghasilkan data stabil dan informatif yang relevan untuk pemetaan dan diferensiasi produk (Adawiyah *et al.*, 2021). Meskipun demikian, penerapan RATA pada produk coklat lokal Indonesia masih terbatas, beberapa studi awal menunjukan potensinya dalam mengidentifikasi atribut penting seperti *glossy*, *snap*, *hardness*, dan *mouthfeel melting* (Qonnitasya *et al.*, 2023), tetapi belum ada kajian komprehensif yang memetakan atribut sensori lintas produsen.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel produk coklat dengan penambahan jahe dari beberapa produsen lokal yang ada di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh deskripsi sensori yang terukur pada coklat jahe sebagai dasar peningkatan mutu, pengembangan formulasi, serta strategi diferensiasi produk. Selain itu juga dilakukan karakterisasi penerimaan berdasarkan kelompok usia, yang akan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu kelompok usia remaja akhir, dewasa awal, dan

dewasa akhir. Perbedaan usia dapat mempengaruhi respons terhadap atribut sensoris, sehingga hasil penelitian tidak hanya menggambarkan profil sensoris secara umum, tetapi juga memberikan informasi preferensi konsumen yang lebih spesifik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan dalam penguatan daya saing industri coklat nasional melalui penyediaan data sensoris yang terstruktur, terukur, dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian serta inovasi produk.

B. Tujuan

1. Mengidentifikasi dan membandingkan profil atribut sensoris pada produk coklat jahe lokal dari merek yang berbeda berdasarkan parameter aroma, warna, rasa, tekstur/*mouthfeel*, dan *aftertaste*.
2. Menganalisis atribut sensoris yang berkontribusi terhadap penerimaan panelis terhadap produk coklat jahe dan mengkarakterisasi pola *preference mapping* pada keseluruhan panelis maupun berdasarkan kelompok usia.
3. Mengetahui hubungan antara total gula, rasa manis, dan *aftertaste* manis terhadap tingkat kesukaan panelis pada produk coklat jahe.

C. Manfaat

1. Memberikan informasi bagi masyarakat mengenai atribut sensoris pada produk coklat jahe dengan menggunakan beberapa merek lokal.
2. Memberikan informasi bagi produsen mengenai atribut sensoris yang tepat pada coklat batang untuk meningkatkan kualitas produk.