

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, pola konsumsi pangan global mengalami perubahan signifikan dengan meningkatnya perhatian terhadap produk pangan nabati (plant-based foods). Kesadaran konsumen yang semakin tinggi terhadap kesehatan pribadi, keberlanjutan lingkungan, serta isu etika dalam produksi pangan hewani menjadi pendorong utama pergeseran ini. Menurut laporan *Grains of Truth* (GlobeScan & EAT Forum, 2024), sekitar 68% konsumen di 31 negara menyatakan keinginan untuk mengurangi konsumsi produk hewani dan beralih ke pangan nabati sebagai alternatif yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Beberapa negara seperti Vietnam bahkan menunjukkan minat sangat tinggi, dengan lebih dari 90% konsumen mendukung peningkatan konsumsi pangan nabati. Namun, hambatan utama yang masih dihadapi adalah harga pangan nabati yang relatif lebih tinggi dibandingkan produk hewani, yang menjadi kendala signifikan dalam adopsi pangan nabati di banyak negara. Di Indonesia, konsumsi pangan nabati telah lama menjadi bagian dari budaya kuliner tradisional melalui produk seperti tempe, tahu, dan sayur-sayuran. Namun, tren ini mengalami percepatan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin sibuk dan dinamis. Survei oleh Rakuten Insight (Statista, 2024) menunjukkan bahwa 48% responden Indonesia mengonsumsi pangan nabati beberapa kali dalam seminggu, sementara 7% lainnya mengonsumsinya sesekali.

Penelitian yang dilakukan oleh Istia, Khusun, dan Februhartanty (2023) dari Universitas Indonesia juga menemukan hubungan positif antara konsumsi protein nabati yang tinggi pada wanita usia subur dengan Indeks Massa Tubuh (IMT) yang lebih sehat, menegaskan manfaat kesehatan dari pola makan berbasis nabati. Seiring dengan meningkatnya kesadaran kesehatan dan dukungan terhadap produk pangan nabati lokal, pasar pangan nabati di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan. Produk tradisional seperti tempe dan tahu semakin populer sebagai alternatif pangan yang sehat dan terjangkau. Selain itu, kemunculan perusahaan lokal seperti Meatless Kingdom yang mengembangkan produk nabati inovatif dan ekspansi pasar ke luar negeri menunjukkan potensi besar industri ini.

Namun demikian, tantangan seperti persepsi rasa, harga yang masih relatif tinggi, dan ketersediaan produk yang belum merata tetap menjadi hambatan dalam penetrasi pasar pangan nabati secara luas. Permintaan terhadap produk nabati yang inovatif dan praktis menjadi peluang strategis untuk menjawab kebutuhan konsumen modern. Produk seperti daging nabati, susu nabati, dan makanan siap saji berbasis tumbuhan semakin diminati oleh konsumen yang menginginkan kemudahan serta cita rasa yang menarik. Hal ini selaras dengan konsep yang diuraikan oleh Pollan (2013) dalam *The Omnivore's Dilemma* yang menekankan pentingnya inovasi pangan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab guna memenuhi tuntutan konsumen masa kini. Studi oleh Hoek et al. (2017) dan Szejda et al. (2021) mengungkapkan bahwa faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam mengadopsi produk nabati adalah rasa, kemudahan konsumsi, serta persepsi harga. Dengan demikian, memahami tren konsumsi pangan nabati global dan nasional serta permintaan produk nabati inovatif dan praktis menjadi sangat penting untuk mendorong pola makan yang sehat dan berkelanjutan di Indonesia.

Seiring dengan tren global dan nasional terhadap peningkatan konsumsi pangan nabati, pengembangan produk olahan kedelai memiliki potensi besar untuk dieksplorasi. Kedelai dipilih sebagai bahan baku utama karena kandungan protein yang tinggi, ketersediaan yang melimpah, serta fleksibilitasnya dalam berbagai olahan pangan. Sebagai sumber protein nabati yang lengkap dan setara dengan protein hewani, kedelai juga relatif terjangkau bagi masyarakat luas (BPS, 2015). Data statistik menunjukkan bahwa pada tahun 2015, total konsumsi kedelai di Indonesia mencapai 2,54 juta ton biji kering, dengan sekitar 2,3 juta ton digunakan untuk konsumsi langsung oleh masyarakat serta dalam industri non-pangan dan produk susu kedelai (BPS, 2015).

Tabel 1.1 Tabel Data Gizi Biji Kedelai

Kedelai (Mentah 100 g)	
Energi	286 kal
Protein	30,2 g
Lemak	15,6 g
karbohidrat	30,1 g
Serat	4,9 g
Kalsium	196 mg
Fosfor	506 mg
Besi	6,9 mg
Vitamin A	95 IU
Vitamin B	0,93 mg
Air	20 g

Dari segi mutu gizi, kedelai memiliki komposisi asam amino esensial yang lengkap, sehingga memiliki potensi besar untuk menjadi alternatif protein yang signifikan (Astawan, 2004). Berbagai produk olahan kedelai seperti tempe, tahu, kecap, tauco, susu kedelai, dan taoge telah lama dikenal dan diterima luas di Indonesia. Fleksibilitas dan potensi kedelai ini membuka peluang besar untuk pengembangan produk olahan inovatif, seperti abon vegan, yang masih perlu dieksplorasi lebih lanjut. Selain itu, limbah hasil produksi seperti ampas tahu yang sering terbuang dapat menjadi bahan baku alternatif yang kaya akan serat dan protein. Penelitian menunjukkan bahwa ampas tahu masih mengandung karbohidrat dan protein dalam jumlah cukup signifikan, sehingga dapat diolah menjadi produk baru yang bernilai tambah. Contohnya, pelatihan pembuatan keripik ampas tahu (Korbafo et al., 2022), lahan ampas tahu menjadi kerupuk kulit tahu (Wahyudi et al., 2023) dan kukis ampas tahu untuk bayi (A. Taufik Ishak et al., 2023) yang memanfaatkan ampas tahu sebagai bahan utama. Hal ini menandakan potensi besar dalam pengembangan produk olahan berbasis kedelai yang tidak hanya sehat dan bergizi, tetapi juga ramah lingkungan melalui pengurangan limbah. Pasar produk vegan di Indonesia juga semakin beragam, meliputi daging nabati

berbahan dasar kedelai, jamur, protein gandum, susu nabati dari kedelai, almond, oat, serta produk olahan vegan seperti sosis, nugget, dan bakso. Upaya pengembangan produk nabati yang inovatif dan praktis seperti ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan konsumen modern yang mengutamakan kesehatan, kemudahan, dan keberlanjutan.

Dalam pengembangan produk pangan, kualitas sensoris memegang peranan penting selain aspek nutrisi dan keamanan pangan. Uji organoleptik sensoris adalah metode yang memanfaatkan indera manusia untuk menilai atribut produk seperti rasa, aroma, tekstur, warna, dan penampilan. Metode ini menjadi alat utama untuk mengetahui sejauh mana produk diterima oleh konsumen (Stone & Sidel, 2004). Melalui evaluasi sensoris, produsen dapat memahami preferensi konsumen sehingga dapat mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan pasar. Selain itu, uji organoleptik juga berfungsi dalam kontrol kualitas dan penyempurnaan formula produk (Lawless & Heymann, 2010). Hal ini terutama penting ketika menghadirkan produk baru atau inovasi, misalnya produk pangan nabati sebagai alternatif pengganti produk hewani, yang memerlukan penyesuaian rasa dan tekstur agar diterima oleh masyarakat (Hoek et al., 2017). Di Indonesia, penerapan uji organoleptik semakin berkembang terutama dalam konteks pengembangan produk lokal dan inovasi pangan nabati (Astawan, 2004). Oleh karena itu, analisis sensoris menjadi langkah yang sangat penting dalam proses penelitian dan pengembangan produk, guna memastikan produk tidak hanya memenuhi standar mutu, tetapi juga sesuai dengan harapan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana karakteristik sensoris abon vegan tahu dan abon vegan ampas tahu?
- 2) Apakah terdapat perbedaan tingkat kesukaan panelis terhadap abon vegan tahu dan abon vegan ampas tahu?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui karakteristik sensoris dari abon vegan berbahan dasar tahu dan abon vegan berbahan dasar ampas tahu.

- 2) Untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan tingkat kesukaan panelis terhadap abon vegan tahu dan abon vegan ampas tahu.

1.3 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi produsen, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan dan diversifikasi produk abon vegan yang inovatif dan diterima oleh konsumen.
- 2) Bagi konsumen, penelitian ini dapat memperluas pilihan produk pangan nabati yang sehat dan bergizi.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi lanjutan terkait pengolahan ampas tahu dan produk nabati lainnya.