

ABSTRAK

Brownies adalah sebuah kue coklat yang berasal dari Amerika Serikat, produk tersebut banyak digemari namun memiliki kadar gula yang tinggi. Oleh karena kurma dapat digunakan sebagai substitusi gula yang alami, diformulasikan resep brownies berbahan dasar kurma. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat konsumen terhadap produk brownies bebas gula tambahan di Surabaya dengan menggunakan kurma sebagai bahan pemanis alami. Metode penelitian yang digunakan adalah uji organoleptik melalui tes hedonik skala 1–5 terhadap empat aspek utama: warna, aroma, rasa, dan tekstur. Sebanyak 30 panelis tidak terlatih dilibatkan dalam penilaian produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas panelis memberikan skor tinggi (4 dan 5) untuk semua aspek yang diuji. Aspek warna dinilai sangat menarik oleh 60% panelis, tekstur disukai oleh sebagian besar panelis dengan persepsi kelembutan yang sesuai, aroma dinilai menggugah selera oleh lebih dari setengah panelis, dan rasa mendapatkan penerimaan sangat baik sebagai alternatif manis alami. Hasil ini menunjukkan bahwa brownies berbahan dasar kurma tanpa tambahan gula masih dapat diterima dengan baik oleh konsumen dari segi sensori. Kesimpulannya adalah bahwa produk brownies bebas gula tambahan memiliki potensi penjualan yang positif, khususnya bagi konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan menghindari konsumsi gula tambahan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan produk pangan fungsional berbasis bahan alami yang lebih sehat.

Kata kunci: bebas gula tambahan, brownies, kurma, tes hedonik, uji organoleptik

ABSTRACT

Brownies are a type of chocolate baked good from the U.S.A, it is well-liked by consumers; however, brownies contains a high amount of sugar. Therefore, a recipe was formulated in order to substitute the sugar in brownies with dates, a natural sweetener. This study aimed to analyze consumer interest in added-sugar-free brownies in Surabaya, using dates as a natural sweetener. The method used in this study was an organoleptic test through a hedonic scale of 1 to 5, evaluating four key sensory attributes: color, aroma, taste, and texture. A total of 30 untrained panelists participated in the product assessment. The results showed that the majority of panelists gave high scores (4 and 5) for all assessed attributes. The color was rated as very appealing by 60% of the panelists, the texture was widely liked for its perceived softness, the aroma was considered appetizing by more than half of the participants, and the taste received very favorable acceptance as a naturally sweet alternative. These findings suggest that sugar-free brownies made with dates are well accepted by consumers from a sensory perspective. The conclusion of this study is that sugar-free brownies have strong market potential, especially among health-conscious consumers who avoid added sugars. This research is expected to serve as a foundation for developing healthier, naturally-based functional food products.

Keywords: *brownies, dates, hedonic scale, organoleptic test, sugar-free*