

## **PENGEMBANGAN PERMEN COKELAT KUBUS MENGGUNAKAN METODE VALUE ENGINEERING**

Oleh  
Raden Rara Hana Avika Budiyanto  
21/483681/SV/20440

Diajukan kepada Departemen Teknolgi Hayati dan Veteriner, Sekolah Vokasi,  
Universitas Gadjah Mada pada tanggal 23 Mei 2023  
untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh derajat  
Sarjana Terapan Teknik

### **ABSTRAK**

Kakao merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian sebagai penghasil devisa negara. Indonesia menjadi negara peringkat pertama di Asia dengan konsumsi cokelat tertinggi yaitu sebesar 7,3 kg per kapita. Cokelat dipandang oleh konsumen sebagai makanan yang dapat memberikan rasa menyenangkan atau menghilangkan stres. Konsumen yang membeli cokelat untuk konsumsi pribadi, mengkonsumsi cokelat yang memiliki ukuran kecil menyebabkan konsumen bertindak lebih impulsif untuk mengosumsi dalam jumlah yang lebih banyak. Konsumsi cokelat dalam ukuran kecil (*one bite size*) memberikan kesan bahwa produk memiliki gambaran premium dan kualitas lebih tinggi. Tujuan dari penelitian adalah mengidentifikasi karakteristik cokelat yang mempengaruhi keputusan pembelian produk dan mengembangkan permen cokelat kubus berukuran sekali makan menggunakan metode *value engineering*. Penelitian menggunakan 433 responden dengan kriteria konsumen cokelat berusia 15-40 tahun. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *chocolate bar* dan *moulded chocolate* adalah jenis cokelat yang paling sering dikonsumsi dengan frekuensi 2-3 kali dalam sebulan. Konsumen memiliki keluhan tertinggi saat mengkonsumsi cokelat yaitu lelehan cokelat yang membuat tangan kotor karena cokelat berukuran besar dan sulit untuk digigit. Berdasarkan analisis keinginan, konsumen menginginkan pengembangan permen cokelat susu kubus dengan isian kacang-kacangan. Empat alternatif konsep cokelat susu kubus dengan persentase massa kakao 50% disusun menggunakan 2 variasi jumlah biji kakao dan lemak kakao (40%:10% dan 35%:15%) serta 2 variasi jenis kacang (almond dan Mete). Berdasarkan hasil uji hedonik, cokelat susu kubus dengan formula 10% lemak kakao dan isian kacang mete memiliki nilai produk tertinggi yaitu 0,013 dibandingkan formula lainnya. Warna cokelat dan kemudahan dimakan menjadi bobot atribut dengan bobot yang tertinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa cokelat susu kubus formula 40% biji kakao; 10% lemak kakao, isian kacang mete menjadi formula terpilih dengan HPP sebesar Rp 985,00.

**Kata kunci:** Permen Cokelat Kubus, Ukuran Sekali Makan, *Value Engineering*

Pembimbing : Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.

## **PRODUCT DEVELOPMENT OF SWEETS CHOCOLATE CUBE USING VALUE ENGINEERING METHOD**

by  
Raden Rara Hana Avika Budiyanto  
21/483681/SV/20440

*Submitted to the Departement of Bioresources Technology and Veterinary  
Vocational Collage, Universitas Gadjah Mada on May 23<sup>rd</sup>, 2023  
in partial fulfillment of the requirement for the Degree of  
Bachelor of Applied Science in Agroindustrial Product Development*

### **ABSTRACT**

*Cocoa is one of the plantation commodities that has an important role in economic activities as a foreign exchange earner. Indonesia is ranked first in Asia with the highest consumption of chocolate, which is 7,3 kg per capita. Chocolates are seen by consumers as a comfort food or stress relief. For consumers who buy chocolate for their own consumption, consuming chocolate in a small size causes consumers to act more impulsively to consume larger quantities. Consumption of chocolate in small sizes (one bite size) gives the impression that the product has a premium image and higher quality. The purpose of this study was to identify the characteristics of chocolate that influence the decisions of product purchasing and to develop one-bite-sized chocolate cubes using the value engineering method. The study used 433 respondents with the criteria of chocolate consumers aged 15-40 years. Based on the research, chocolate bars and molded chocolate are the types of chocolate most often consumed with a frequency of 2-3 times a month. Consumers have the highest complaints when consuming chocolate, namely melted chocolate which makes hands dirty due to its big size and is too hard to bite. Based on the consumer needs analysis, consumers want the development of milk chocolate cube candy with nuts filling. Four alternative cube milk chocolate concepts with a cocoa mass percentage of 50% were prepared using 2 variations in the number of cocoa beans and cocoa fat (40%:10% and 35%:15%) and 2 variations of nuts (almonds and cashews). Based on the hedonic test results, milk chocolate cubes with a formula of 10% cocoa butter and cashew nut filling had the highest product value of 0,013 compared to other formulas. Chocolate color and ease of eating are the attribute weights with the highest weights. So it can be concluded that the milk chocolate cube formula is 40% cocoa beans; 10% cocoa butter, cashew nut filling is the selected formula with a HPP of IDR 985,00.*

**Keywords:** Sweets Chocolate Cube, One Bite Size, Value Engineering

Supervisor : Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.