

## **DAYA TERIMA KONSUMEN SABUN SUSU BERBAHAN DASAR SUSU KAMBING SAANEN DENGAN PENAMBAHAN KOPI, MADU, DAN ASAM SITRAT**

Muhammad Adib  
21/478737/PT/08954

### **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya terima berdasarkan uji hedonik dan organoleptik oleh konsumen terhadap sabun susu kambing dengan pemberian bahan tambahan berupa kopi, madu, dan asam sitrat. Penelitian ini dilakukan di Laboratorium Ilmu Ternak Perah dan Industri Persusuan Departemen Produksi, Fakultas Peternakan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Sabun susu yang digunakan pada penelitian ini menggunakan sabun yang ditambahkan dengan susu kambing Saanen, komposisi lemak yang ada pada susu kambing Saanen menjadikannya sangat cocok diolah menjadi sabun dengan tujuan diferensiasi. Penambahan bahan tambahan berupa kopi arabika, madu, dan asam sitrat digunakan sebagai agen penurun pH pada sabun susu. Kualitas sabun susu tergantung pada komposisi lemak yang ada. Lemak yang ada pada susu kambing Saanen termasuk lemak yang cukup tinggi, pada kambing Saanen memiliki kandungan lemak mencapai 4,60%. Kandungan asam lemak yang tinggi akan menjaga kelembaban pada kulit. Pembuatan sabun pada penelitian ini menggunakan metode *cold process*. Pengujian daya terima konsumen dilakukan dengan melakukan uji organoleptik dan uji hedonik dengan faktor intrinsik diantaranya aroma, tekstur, dan warna serta faktor ekstrinsik yaitu *packaging* dari produk sabun susu. Hasil uji penelitian dianalisis menggunakan metode Kruskal Wallis dan analisis deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa penambahan bahan tambahan pada sabun P1 (Kopi), P2 (Madu), dan P3 (Asam Sitrat) tidak berpengaruh nyata ( $P>0,05$ ) pada parameter warna, kesukaan warna, tekstur, dan kesukaan tekstur. Adapun pada parameter tingkat bau, deskripsi bau, dan kesukaan bau terdapat perbedaan nyata ( $P<0,05$ ), sehingga dilanjutkan dengan uji Mann-Whitney yang menunjukkan adanya perbedaan. kesukaan konsumen terhadap *packaging* juga tidak menunjukkan perbedaan nyata ( $P>0,05$ ).

Kata kunci: Asam sitrat, Daya terima, Kambing Saanen, Kopi, Madu, Sabun susu, Susu kambing.

## CONSUMER ACCEPTANCE OF GOAT MILK–BASED MILK SOAP FROM SAANEN GOAT MILK WITH THE ADDITION OF COFFE, HONEY, AND CITRIC ACID

Muhammad Adib  
21/478737/PT/08954

### ABSTRACT

This study aimed to evaluate consumer acceptability of goat milk soap based on hedonic and organoleptic tests following the addition of coffee, honey, and citric acid as supplementary ingredients. The research was conducted at the Dairy Science and Milk Industry Laboratory, Department of Production, Faculty of Animal Science, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. The soap used in this study was formulated with Saanen goat milk, whose lipid composition makes it particularly suitable for soap production and product differentiation. The addition of Arabica coffee, honey, and citric acid was intended to function as pH-reducing agents in the goat milk soap formulation. The quality of goat milk soap is strongly influenced by its fat composition. Saanen goat milk contains a relatively high fat content, reaching 4.60%, and its high fatty acid content contributes to maintaining skin moisture. Soap production in this study employed the cold process method. Consumer acceptability was evaluated through organoleptic and hedonic tests, focusing on intrinsic factors including aroma, texture, and color, as well as the extrinsic factor of product packaging. The data were analyzed using the Kruskal–Wallis test and descriptive analysis. The results showed that the addition of supplementary ingredients in treatments P1 (coffee), P2 (honey), and P3 (citric acid) had no significant effect ( $P > 0.05$ ) on color, color preference, texture, or texture preference. However, significant differences ( $P < 0.05$ ) were observed in aroma intensity, aroma description, and aroma preference. Therefore, further analysis using the Mann–Whitney test indicated significant differences among treatments. Consumer preference for packaging did not show a significant difference ( $P > 0.05$ ) among treatments.

**Keywords:** Citric acid, Consumer acceptance, Saanen goat, Coffee, Honey, Milk soap, Goat milk