

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang telah terkumpul selanjutnya diuji dengan menggunakan uji organoleptik dan uji hedonik.

### 4.1. Gambaran Umum Panelis

#### 4.1.1. Panelis Uji Organoleptik

Panelis uji organoleptik berjumlah 3 orang yang merupakan ahli dan berpengalaman di bidang makanan dan minuman. Berikut merupakan tabel yang menjelaskan detail panelis yang berpartisipasi dalam uji organoleptik.

**Tabel 4.1.1 Jenis Kelamin Panelis Uji Organoleptik**

Jenis Kelamin	Jumlah Panelis	Frekuensi
Laki - Laki	3	100 %
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.1.2 Usia Panelis Uji Organoleptik**

Usia	Jumlah Panelis	Frekuensi
22 - 30	2	66,6 %
31 - 59	1	33,4 %
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.1.3 Domisili Panelis Uji Organoleptik**

Domisili	Jumlah Panelis	Frekuensi
Jakarta	3	100 %
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.1.4 Profesi Panelis Uji Organoleptik**

Profesi	Jumlah Panelis	Frekuensi
Karyawan	3	100 %
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100 %</b>

4.1.2. Panelis Uji Hedonik

Panelis uji hedonik berjumlah 50 orang yang akan diminta tanggapan mereka terhadap kesukaan atau ketidaksukaan produk yang telah diberikan. Berikut merupakan tabel yang menjelaskan detail panelis yang berpartisipasi dalam uji hedonik tersebut.

**Tabel 4.1.2.1 Jenis Kelamin Panelis Uji Hedonik**

Jenis Kelamin	Jumlah Panelis	Frekuensi
Laki – Laki	31	62 %
Perempuan	19	38 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.1.2.2 Usia Panelis Uji Hedonik**

Usia	Jumlah Panelis	Frekuensi
17 – 21 tahun	18	36 %
22 – 30 tahun	16	32 %
31 – 34 tahun	6	12 %
35 – 38 tahun	5	10 %
> 38 tahun	5	10 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.1.2.3 Domisili Panelis Uji Hedonik**

Domisili	Jumlah Panelis	Frekuensi
Jakarta	47	94 %
Bogor	1	2%
Bandung	1	2 %
Tangerang	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.1.2.4 Profesi Panelis Uji Hedonik**

Profesi	Jumlah Panelis	Frekuensi
Mahasiswa	25	50 %
Pengajar	3	6 %
Karyawan	13	26 %
Wirausaha	9	18 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

## 4.2. Hasil dan Pembahasan Uji Organoleptik

### 4.2.1. Warna

**Tabel 4.2.1. Hasil Jawaban Responden - Warna**

Tingkat Degrasi Warna																
A1	A2	A3	Rata Rata A	B1	B2	B3	Rata Rata B	C1	C2	C3	Rata Rata C	D1	D2	D3	Rata Rata D	K
2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	1
2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	1
2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	1
2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	1
2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	1

Hasil dan pembahasan uji organoleptik yang telah kami peroleh diketahui bahwa, dari 3 panelis untuk segi warna produk B, C, D, dan E memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan produk kontrol (produk A). dikarenakan dalam melakukan pengujiannya 3 panelis tersebut menjawab warna yang berbeda dengan warna produk kontrol.

#### 4.2.2. Tekstur

**Tabel 4.2.2. Hasil Jawaban Responden - Tekstur**

Tingkat Kekenyalan																
A	A	A	Rata - Rata A	B	B	B	Rata - Rata B	C	C	C	Rata - Rata C	D	D	D	Rata - Rata D	K
1	2	3		1	2	3		1	2	3		1	2	3		
1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	1
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	1
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	1

Hasil dan pembahasan uji organoleptik yang telah kami peroleh diketahui bahwa, dari 3 panelis untuk segi tekstur produk B memiliki perbedaan yang kurang signifikan dengan produk kontrol (produk A) tetapi untuk produk C dan D mereka memiliki perbedaan yang signifikan sedangkan produk E memiliki perbedaan yang lebih signifikan dengan produk kontrol. Dikarenakan dalam melakukan pegujian rata rata jawaban untuk produk terdapat. Untuk produk kontrol (produk A) mendapat rata rata jawaban “Sangat Kenyal”, untuk produk B mendapat rata rata jawaban “Sangat Kenyal”. Untuk produk C dan D mendapat rata rata jawaban “Agak Kenyal”. Sedangkan untuk produk E mendapat rata rata jawaban “Tidak Kenyal”.

#### 4.2.3. Aroma

**Tabel 4.2.3. Hasil Jawaban Responden - Aroma**

Tingkat aroma																
A	A	A	Rata - Rata A	B	B	B	Rata - Rata B	C	C	C	Rata - Rata C	D	D	D	Rata - Rata D	K
1	2	3		1	2	3		1	2	3		1	2	3		
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4	4	4	4	
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	4
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	4

Hasil dan pembahasan uji organoleptik yang telah kami peroleh diketahui bahwa, dari 3 panelis untuk segi aroma produk B dan C memiliki

perbedaan yang kurang signifikan dengan produk kontrol (produk A) dibandingkan dengan produk D yang memiliki perbedaan yang signifikan sedangkan produk E yang lebih memiliki perbedaan signifikan dengan produk kontrol. Dikarenakan dalam melakukan pengujian rata rata jawaban untuk produk terdapat. Untuk produk kontrol (produk A), produk B dan produk C mendapat rata rata jawaban “Sangat Amis”. Untuk produk D mendapat rata rata jawaban “Agak Amis”. Sedangkan untuk produk E mendapat rata rata jawaban “Sangat Tidak Amis”.

#### 4.2.4. Rasa

**Tabel 4.2.4. Hasil Jawaban Responden - Rasa**

Tingkat Rasa Gum biji selasih																
A	A	A	Rata -	B	B	B	Rata -	C	C	C	Rata -	D	D	D	Rata -	K
1	2	3	Rata A	1	2	3	Rata B	1	2	3	Rata C	1	2	3	Rata D	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Hasil dan pembahasan uji organoleptik yang telah kami peroleh diketahui bahwa, dari 3 panelis untuk segi rasa produk kontrol (Produk A), produk B, C, D, dan E tidak memiliki perbedaan signifikan. Dikarenakan dalam melakukan pengujian rata rata jawaban untuk setiap produk adalah “Sangat Tidak Berasa Gum Biji Selasih”

#### 4.3. Hasil dan Pembahasan Uji Hedonik

Hasil Uji Hedonik yang telah diperoleh dapat diolah kembali menggunakan paired sample T-test dan kemudian berdasarkan data tersebut dapat diperoleh Mean atau rata-rata, t, dan Sig(2-tailed). Untuk hasil dan pembahasan uji hedonik Produk A namanya akan diganti dengan Produk K, Produk B yang menggunakan 25% biji selasih - 75% telur akan diganti namanya menjadi Produk A, Produk C yang menggunakan 50% biji selasih- 50% telur akan diganti namanya menjadi Produk B, Produk D yang menggunakan 75% biji selasih - 25% telur akan diganti namanya menjadi

Produk C, Produk E yang 100% biji selasih - 0% telur akan diganti namanya menjadi Produk D.

#### 4.3.1. Hasil dan pembahasan Uji Hedonik– Warna

**Tabel 4.3.1. Hasil Paired Sample T-Test Warna**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 A - K	-.80000	1.16058	.16413	-1.12983	-.47017	-4.874	49	.000
Pair 2 B - K	-.04000	.83201	.11766	-.27646	.19646	-.340	49	.735
Pair 3 C - K	.10000	.76265	.10785	-.11674	.31674	.927	49	.358
Pair 4 D - K	-.70000	1.14731	.16225	-1.02606	-.37394	-4.314	49	.000

Berdasarkan hasil dari Paired Sample T-Test, nilai Sig. (2-tailed) dari pasangan A-K dan D-K memiliki nilai  $< 0.05$ . oleh karena itu mereka memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya kesukaan masyarakat pada warna produk.

Dibandingkan dengan pasangan B-K dan C-K yang memiliki nilai  $> 0.05$  oleh karena itu mereka kurang memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya kesukaan masyarakat pada warna produk. Sehingga dari hasil data yang didapatkan produk A dan D yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $< 0.05$  yaitu 0.000011894165993215 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk A dan 0.0000774008273437147 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk D dapat disimpulkan mereka kurang disukai oleh para masyarakat sedangkan Produk B dan C yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $> 0.05$  yaitu 0.735347118651283 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk B dan

0.358381463102559 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk C dapat disimpulkan warna produk B dan C lebih disukai oleh para masyarakat.

#### 4.3.2. Hasil dan pembahasan Uji Hedonik – Aroma

**Tabel 4.3.2. Hasil Paired Sample T-Test Aroma**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 A – K	-.70000	1.09265	.15452	-1.01053	-.38947	-4.530	49	.000
Pair 2 B – K	-.18000	.71969	.10178	-.38453	.02453	-1.769	49	.083
Pair 3 C – K	.02000	.71400	.10097	-.18292	.22292	.198	49	.844
Pair 4 D – K	-.84000	1.07590	.15215	-1.14577	-.53423	-5.521	49	.000

Berdasarkan hasil dari Paired Sample T-Test, nilai Sig. (2-tailed) dari pasangan A-K dan D-K memiliki nilai  $< 0.05$ . oleh karena itu mereka memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya terima masyarakat pada aroma produk.

Dibandingkan dengan pasangan B-K dan C-K yang memiliki nilai  $> 0.05$  oleh karena itu mereka kurang memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya terima masyarakat pada aroma produk. Sehingga dari hasil data yang didapatkan produk A dan D yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $< 0.05$  yaitu 0.0000379358888367899 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk A dan 1.26971904884579E-06 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk D dapat disimpulkan mereka kurang diterima oleh para masyarakat sedangkan Produk B dan C yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $> 0.05$  yaitu 0.0831989669293836 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk B dan 0.843810423631537 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk C dapat disimpulkan produk B dan C dapat diterima oleh masyarakat.

#### 4.3.3. Hasil dan Pembahasan Uji Hedonik – Tekstur kekenyalan

**Tabel 4.3.3. Hasil Paired Sample T-Test Tekstur Kekenyalan**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 A – K	-.50000	1.18235	.16721	-.83602	-.16398	-2.990	49	.004
Pair 2 B – K	-.16000	.86567	.12242	-.40602	.08602	-1.307	49	.197
Pair 3 C – K	-.08000	.85332	.12068	-.32251	.16251	-.663	49	.510
Pair 4 D – K	-.90000	1.21638	.17202	-1.24569	-.55431	-5.232	49	.000

Berdasarkan hasil dari Paired Sample T-Test, nilai Sig. (2-tailed) dari pasangan A-K dan D-K memiliki nilai  $< 0.05$ . oleh karena itu mereka memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya terima masyarakat pada tekstur kekenyalan produk.

Dibandingkan dengan pasangan B-K dan C-K yang memiliki nilai  $> 0.05$  oleh karena itu mereka kurang memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya terima masyarakat pada tekstur produk. Sehingga dari hasil data yang didapatkan produk A dan D yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $< 0.05$  yaitu 0.00435159607606897 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk A dan 0.000003476665790743 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk D dapat disimpulkan mereka kurang diterima oleh para masyarakat sedangkan Produk B dan C yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $> 0.05$  yaitu 0.197337547518723 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk B dan 0.510488858944455 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk C dapat disimpulkan produk B dan C dapat diterima oleh masyarakat.



#### 4.3.4. Hasil dan Pembahasan Uji Hedonik – Rasa

**Tabel 4.3.4. Hasil Paired Sample T-Test Rasa**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 A - K	-.54000	1.12866	.15962	-.86076	-.21924	-3.383	49	.001
Pair 2 B - K	-.02000	.79514	.11245	-.24598	.20598	-.178	49	.860
Pair 3 C - K	.04000	.85619	.12108	-.20333	.28333	.330	49	.743
Pair 4 D - K	-.70000	1.34392	.19006	-1.08194	-.31806	-3.683	49	.001

Berdasarkan hasil dari Paired Sample T-Test, nilai Sig. (2-tailed) dari pasangan A-K dan D-K memiliki nilai  $< 0.05$ . oleh karena itu mereka memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya terima masyarakat pada rasa produk.

Dibandingkan dengan pasangan B-K dan C-K yang memiliki nilai  $> 0.05$  oleh karena itu mereka kurang memiliki perbedaan yang signifikan terhadap daya terima masyarakat pada rasa produk. Sehingga dari hasil data yang didapatkan produk A dan D yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $< 0.05$  yaitu 0.00141704466830503 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk A dan 0.000574819992651151 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk D dapat disimpulkan mereka kurang diterima oleh para masyarakat sedangkan Produk B dan C yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang  $> 0.05$  yaitu 0.859568088771741 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk B dan 0.742543543361843 untuk nilai Sig. (2-tailed) produk C dapat disimpulkan produk B dan C dapat diterima oleh masyarakat.

#### **4.4. Kesimpulan Hasil dan Pembahasan Uji Hedonik**

Berdasarkan hasil uji hedonik menggunakan Paired Sample T-Test, nilai Sig. (2-tailed) untuk segi warna, aroma, tekstur, dan rasa pada tiap produk, produk A dan produk D memiliki nilai Sig. (2-tailed)  $< 0.05$  sehingga mereka masih belum dapat diterima oleh para masyarakat, sedangkan untuk produk B dan C yang memiliki nilai Sig. (2-tailed)  $> 0.05$  dapat mendapat kesimpulan bahwa produk B dan C dapat diterima oleh para masyarakat.

