

BAB IV

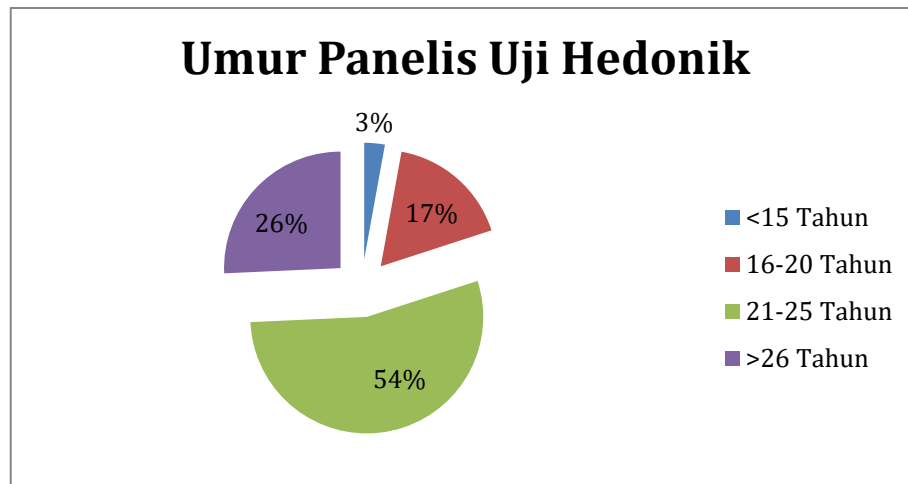
HASIL AKHIR DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Panelis

4.1.1. Panelis Uji Hedonik

Pada Uji Hedonik ini, kami mendapatkan panelis sebanyak 35 orang. Uji hedonik ini hanya dilakukan di DKI Jakarta yang berkawasan di Jakarta Barat, Utara & Pusat . berikut merupakan tabel detail dari hasil yang kita dapat :

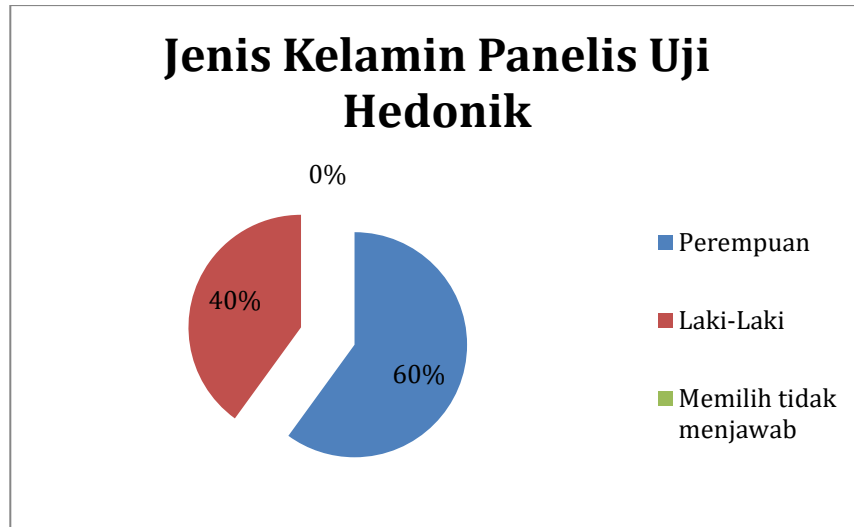
Tabel 4.1 Umur Panelis Uji Hedonik



Sumber : Data Primer (2020)

Dari 35 responden yang tertera pada Tabel 4.1, Responden yang paling sedikit adalah responden yang berumur <15 tahun yaitu 1 responden (3%). Terdapat 6 responden (17%) yang berumur 16-20 tahun, mayoritas panelis berusia 21-25 tahun sebanyak 19 panelis (54%), dan 9 responden (26%) yang berumur >26 tahun.

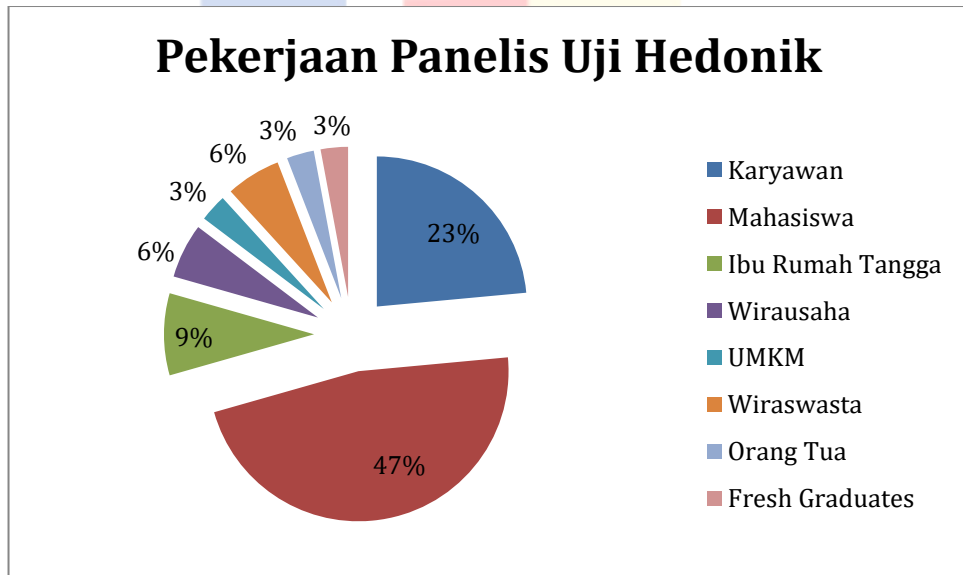
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Panelis Uji Hedonik



Sumber : Data Primer (2020)

Dari 35 responden yang disebarakan melalui Google Form, terdapat 21 responden (60%) berjenis kelamin perempuan dan 14 responden (40%) berjenis kelamin laki laki.

Tabel 4.3 Pekerjaan Panelis Uji Hedonik



Sumber : Data Primer (2020)

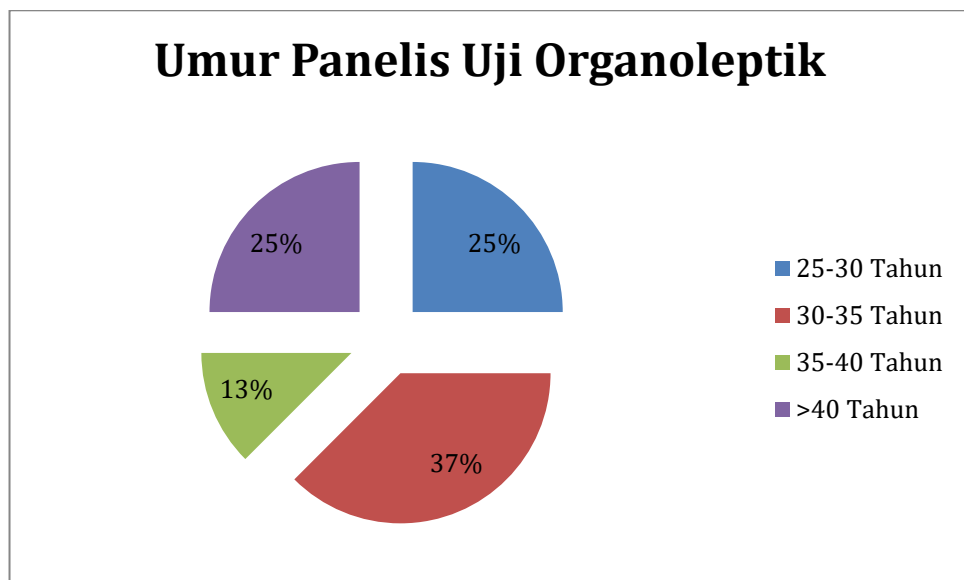
Berdasarkan dari 35 responden diatas, mayoritas responden merupakan Mahasiswa dengan 16 responden (47%), karyawan 8 responden (23%), ibu rumah tangga sebanyak 3 panelis (9%), Wirausaha dan Wiraswasta masing masing

memiliki 2 panelis (3%) dan UMKM, orang tua, fresh graduate masing masing memiliki 1 panelis dengan presentase 2.9%.

4.1.2 Panelis Uji Organoleptik

Setelah melakukan uji hedonik, kami juga melakukan uji pembedaan/organoleptik. Panelis untuk uji organoleptik berjumlah 8 orang, yang terdiri dari dosen & staf fakultas Tourismpreneur dari Podomoro University. Berikut merupakan tabel detail lebih lanjut :

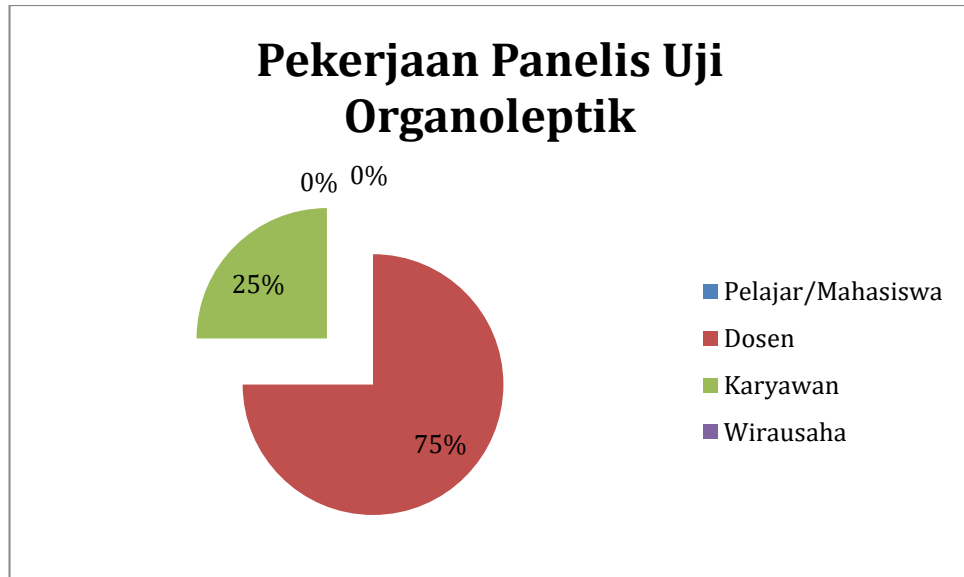
Tabel 4.4 Umur Panelis Uji Organoleptik



Sumber : Data Primer (2020)

Pada uji organoleptik ini, terdapat 8 responden yang mengisi kuisisioner google form yang kita sebar. Terdapat 2 responden (25%) yang berusia 25-30 tahun, 3 panelis (37.5%) yang berusia 30-35 tahun, 1 responden (12.5%) yang berusia 35-30 tahun dan 2 responden (25%) yang berusia >40 tahun.

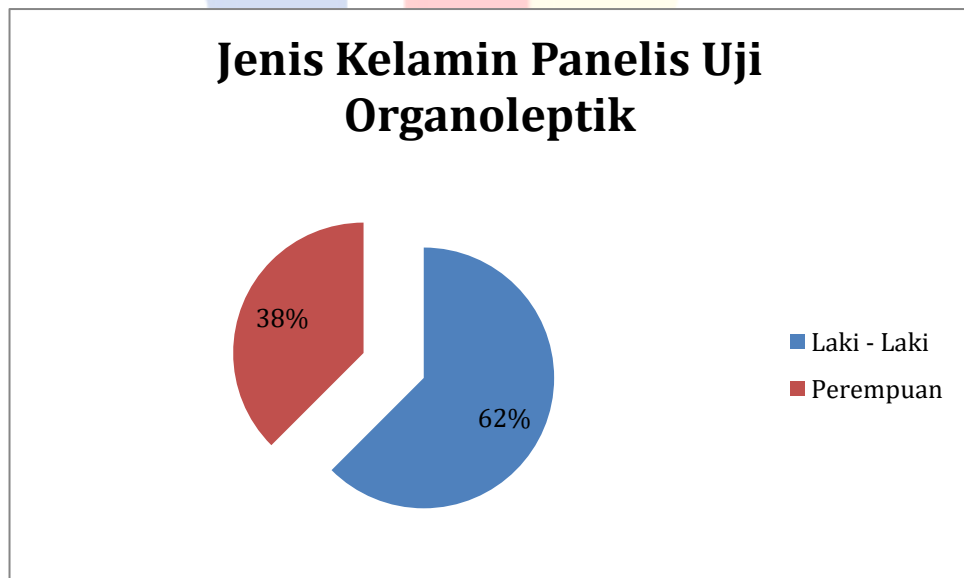
Tabel 4.5 Pekerjaan Panelis Uji Organoleptik



Sumber : Data Primer (2020)

Pada 8 total responden, terdapat 6 responden (75%) berprofesi sebagai dosen dan 2 panelis (25%) berprofesi sebagai karyawan.

Tabel 4.6 Jenis Kelamin Panelis Uji Organoleptik



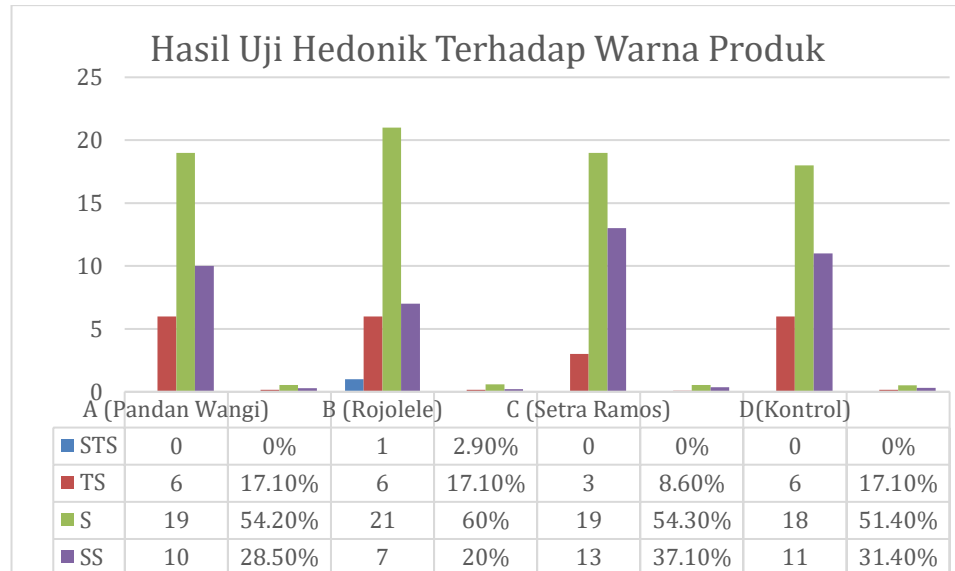
Sumber : Data Primer (2020)

Pada 8 total responden, terdapat 5 panelis (62%) yang berjenis kelamin laki laki dan 3 panelis (38%) yang berjenis kelamin perempuan.

4.2 Hasil Survey Uji Hedonik

4.2.1. Warna Produk

Tabel 4.7 Hasil Uji Hedonik Terhadap Warna Produk



Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji hedonik terhadap warna produk A. 28,50% responden memilih sangat suka, 54,2% responden memilih suka, 17,1% responden memilih tidak suka dan 0% responden memilih 'sangat tidak suka'. Jumlah responden yang menyukai warna produk A sebanyak 29 orang dan 6 orang responden tidak menyukai warna produk.

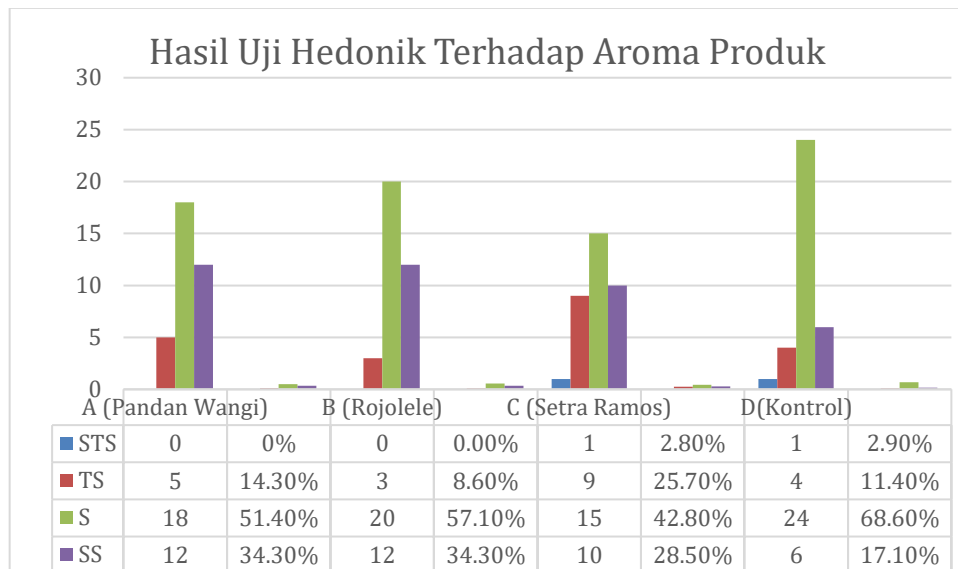
Pada tabel diatas juga menunjukkan hasil uji hedonik terhadap warna produk B. 20% responden memilih sangat suka, 60% responden memilih suka, 17,10% responden memilih tidak suka dan 2,9% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai warna produk B sebanyak 28 orang dan 7 orang responden tidak menyukai warna produk B.

Pada uji hedonik terhadap produk C. 37,0% responden memilih 'sangat suka', 54,3% responden memilih suka, 8,6% responden memilih tidak suka dan 0% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai rasa produk C sebanyak 32 orang dan 3 responden tidak menyukai warna produk C.

Tabel diatas juga menunjukkan hasil uji hedonik terhadap produk D. 31,4% responden memilih sangat suka, 51,4% responden memilih suka, 17,10% responden memilih tidak suka dan 0% responden sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai warna produk D sebanyak 29 orang dan 6 orang tidak menyukai rasa produk D.

4.2.2 Aroma Produk

Tabel 4.8 Hasil Uji Hedonik Terhadap Aroma Produk



Sumber : Data Primer (2020)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji hedonik terhadap aroma produk A. 34,3% responden memilih sangat suka, 51,4% responden memilih suka, 14,3% responden memilih tidak suka dan 0% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma dari produk A sebanyak 30 orang dan 5 orang responden tidak menyukai aroma produk A.

Hasil uji hedonik terhadap aroma produk B. 34,3% responden memilih sangat suka, 57,10% responden memilih suka, 8,6% responden memilih tidak suka dan 0% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma produk B sebanyak 32 orang dan 3 orang responden tidak menyukai aroma produk B.

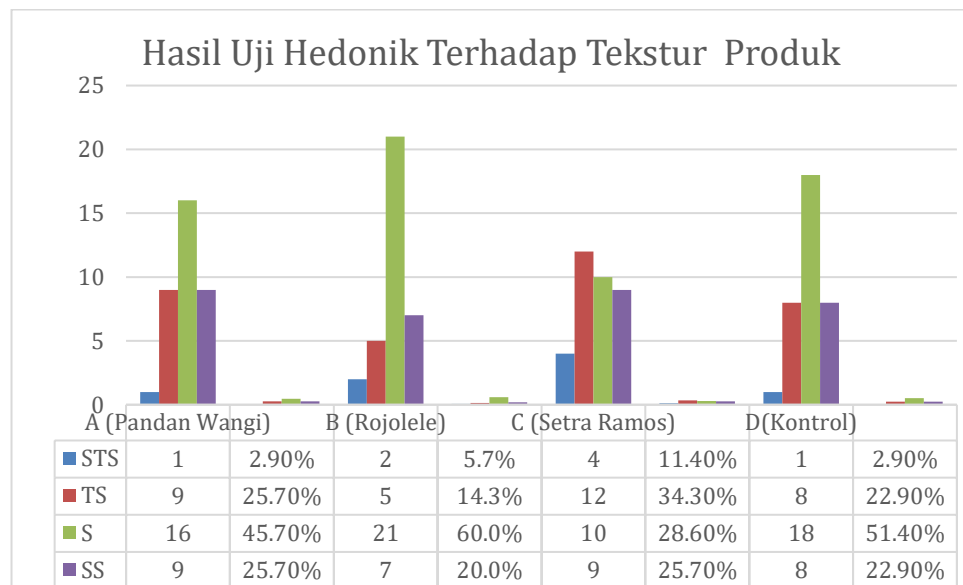
Pada uji hedonik terhadap aroma produk C. 28,5% responden memilih sangat suka, 42,8% responden memilih suka, 25,7% responden

memilih tidak suka dan 2,8% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma produk C sebanyak 25 orang dan 10 orang responden tidak menyukai aroma produk C.

Tabel tersebut juga menunjukkan hasil uji hedonik pada produk D. 22,9% responden memilih sangat suka, 51,4% responden memilih sangat suka, 22,9% responden memilih tidak suka dan 2,9% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma produk C sebanyak 26 orang dan 9 panelis tidak menyukai aroma produk D.

4.2.3 Tekstur Produk

Tabel 4.9 Hasil Uji Hedonik Terhadap Tekstur Produk



Sumber : Data Primer (2020)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji hedonik terhadap aroma produk A. 34,3% responden memilih sangat suka, 51,4% responden memilih suka, 14,3% responden memilih tidak suka dan 0% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma dari produk A sebanyak 30 orang dan 5 orang responden tidak menyukai aroma produk A.

Hasil uji hedonik terhadap aroma produk B. 34,3% responden memilih sangat suka, 57,10% responden memilih suka, 8,6% panelis memilih 'tidak suka dan 0% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah

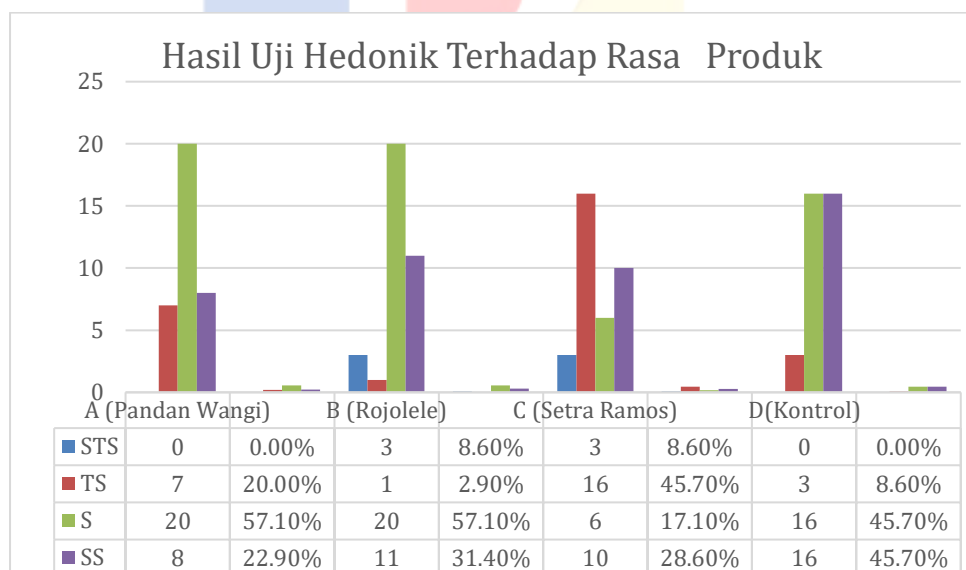
responden yang menyukai aroma produk B sebanyak 32 orang dan 3 orang responden tidak menyukai aroma produk B.

Pada uji hedonik terhadap aroma produk C. 28,5% responden memilih sangat suka, 42,8% responden memilih suka, 25,7% responden memilih tidak suka dan 2,8% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma produk C sebanyak 25 orang dan 10 orang responden tidak menyukai aroma produk C.

Tabel tersebut juga menunjukkan hasil uji hedonik pada produk D. 17,1% responden memilih sangat suka, 68,6% responden memilih sangat suka, 11,4% responden memilih tidak suka dan 2,9% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai aroma produk C sebanyak 26 orang dan 9 responden tidak menyukai aroma produk D.

4.2.4 Rasa Produk

Tabel 4.10 Hasil Uji Hedonik Terhadap Rasa Produk



Sumber : Data Primer (2020)

Menurut tabel diatas menunjukkan hasil uji hedonik terhadap rasa produk A. 22,90% responden memilih sangat suka, 57,10% responden memilih suka, 20% responden memilih tidak suka d. Jumlah responden

yang menyukai rasa dari produk A sebanyak 28 orang dan 7 orang responden tidak menyukai rasa produk A.

Tabel diatas juga menunjukkan hasil uji hedonik terhadap rasa produk B. 32,40% responden memilih sangat suka, 57,10% responden memilih suka, 2,9% responden memilih tidak suka dan 8,6% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai rasa produk B sebanyak 31 orang dan 4 orang responden tidak menyukai rasa produk B.

Pada uji hedonik terhadap rasa produk C. 28.6% responden memilih sangat suka, 17,10% responden memilih suka, 45,70% pan responden elis memilih tidak suka dan 8,6% responden memilih sangat tidak suka. Jumlah responden yang menyukai rasa produk C sebanyak 16 orang dan 19 orang responden tidak menyukai rasa produk C.

Pada tabel tersebut juga menunjukkan hasil uji hedonik pada produk D. 45,70% responden memilih sangat suka, 45,70% responden memilih sangat suka, 8,6% responden memilih tidak suka. Jumlah responden yang menyukai rasa produk C sebanyak 32 orang dan 3 responden tidak menyukai rasa produk D..

4.3 Hasil dan Pembahasan Uji Hedonik

4.3.1 Cara Penilaian Hasil Uji Hedonik

Skala Interval merupakan penentuan perbedaan, urutan dan kesamaan besaran perbedaan tiap variabel (Suharsaputra, 2012). Dalam skala interval ini peneliti dapat melihat besarnya perbedaan karakteristik antara satu hasil individu atau objek dengan yang lainnya. Pada uji hedonik kolaborasi paella dengan beras lokal kami, kami memakai 4 skala pengukuran, yaitu Sangat Tidak Suka, Tidak Suka, Suka, Sangat Suka, dengan skor pada setiap jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.11 Skala Pengukuran Terhadap Hasil Uji Hedonik

Skala Pengukuran	Nilai Pengukuran
Sangat Tidak Suka	1

Tidak Suka	2
Suka	3
Sangat Suka	4

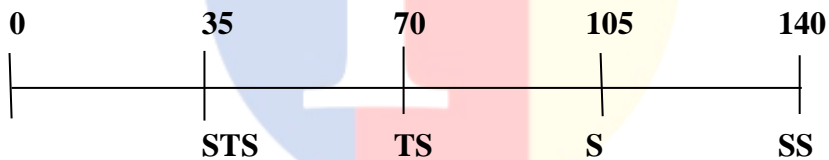
Sumber : Data Primer (2020)

Dari 35 panelis yang maka dapat dihitung skor ideal dari masing-masing pengukuran, dan juga *rating scale* sebagai berikut :

Tabel 4.12 Skala Peringkat Terhadap Hasil Uji Hedonik

Skala Pengukuran	Skor Ideal
Sangat Tidak Suka	1 x 35 = 35
Tidak Suka	2 x 35 = 70
Suka	3 x 35 = 105
Sangat Suka	4 x 35 = 140

Sumber : Data Primer (2020)



Dengan ketentuan sebagai berikut :

Pada setiap respon dari panelis akan diberikan poin tergantung dari masing-masing skor pada skala pengukuran per variabel dan per produk. Lalu pada masing-masing produk akan dijumlahkan hasil skor yang diperoleh dari setiap variabel penelitian. Lalu untuk mendapatkan nilai jawaban, hasil dari penjumlahan variabel tersebut akan dicari rata-rata poinnya pada setiap produk untuk menentukan produk tersebut berada pada rentang skala penilaian yang mana.

Tabel 4.13 Nilai Jawaban Dari Skala Pengukuran Hasil Uji Hedonik

Skala Pengukuran	Nilai Jawaban
------------------	---------------

Sangat Tidak Suka	0 - 35
Tidak Suka	36 - 70
Suka	71 - 105
Sangat Suka	106 - 140

Sumber : Data Primer (2020)

4.3.2 Pembahasan Hasil Uji Hedonik (Keseluruhan)

Tabel 4.14 Penilaian Poin Keseluruhan Uji Hedonik Pada Tiap-Tiap Produk

Produk	Variabel Penelitian (Nilai Skor)				Jumlah	Rata-Rata	Nilai Skala Pengukuran
	Warna	Aroma	Tekstur	Rasa			
A (Pandan Wangi)	109	112	103	106	430	107.5	Sangat Suka
B (Rojo Lele)	104	114	103	109	430	107.5	Sangat Suka
C (Setra Ramos)	115	105	94	93	407	101.75	Suka
D (Kontrol)	110	105	103	118	436	108.25	Sangat Suka

Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil rata-rata dari data yang telah dikumpulkan pada uji hedonik yang terdiri dari warna, rasa, aroma dan teksur dari beras A, B, C dan D. Apabila dilihat dari rata-ratanya menunjukkan bahwa produk D yang paling disukai, kemudian diikuti oleh produk A dan B yang memiliki nilai yang sama kemudian yang terakhir C. Menurut peneliti secara keseluruhan memang produk D paling unggul namun perbandingan tingkat kesukaan pada produk A dan B tidak jauh berbeda.

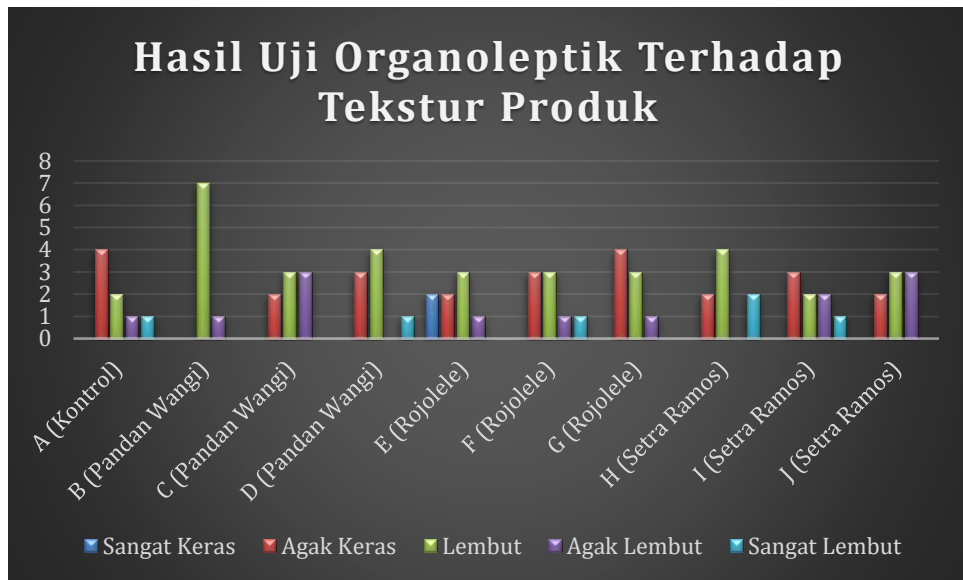
4.4 Hasil Uji Organoleptik

Menurut grafik diatas menunjukkan hasil uji organoleptik terhadap tekstur, aroma, rasa, dan warna pada setiap produk pengujian. Produk A sebagai kontrol yang merupakan beras arborio, produk B, C, dan D yaitu beras pandan wangi,

produk E, F, dan G yaitu beras rojolele dan yang terakhir H, I, dan J yaitu beras setra ramos. Dimana telah di uji oleh 8 orang panelis terlatih dengan lima pengukuran yaitu sangat keras, agak keras, lembut, agak lembut dan sangat lembut.

4.4.1 Tekstur

Tabel 4.15 Hasil Uji Organoleptik Terhadap Tekstur Produk



Sumber : Data Primer (2020)

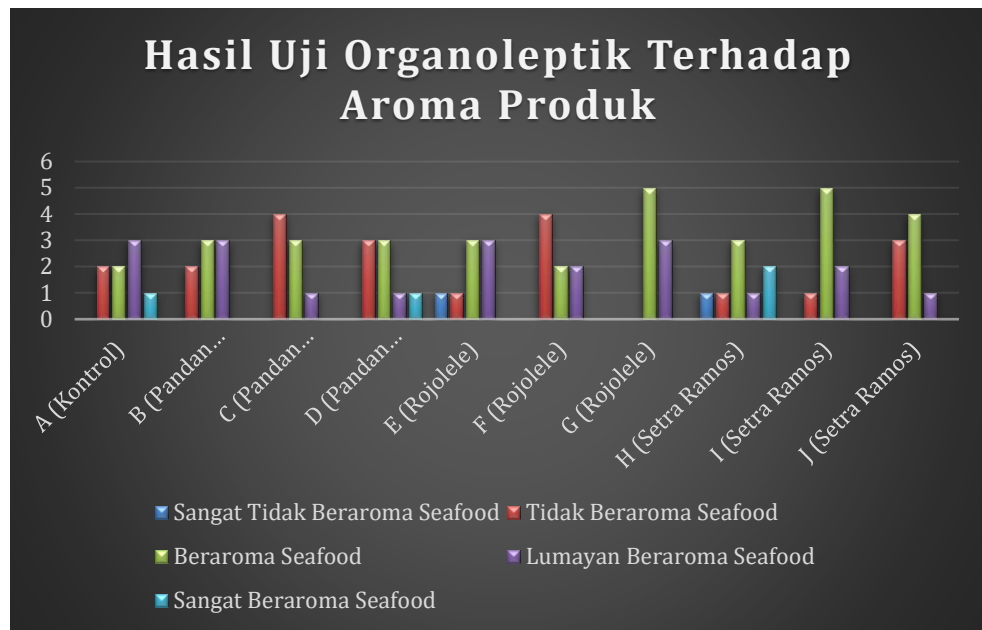
Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk B, C, dan D mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian lembut dimana sebanyak 7 panelis pada produk B. Kemudian sebanyak 3 dan 4 panelis pada produk C dan D.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk E, F, dan G mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian lembut dimana sebanyak 3 panelis pada masing-masing produk E, F, dan G.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk H, I, dan J mendapatkan nilai paling banyak dalam lembut dimana sebanyak 4 panelis pada produk H, kemudian 3 panelis pada produk J dan 2 panelis pada produk I.

4.4.2 Aroma

Tabel 4.16 Hasil Uji Organoleptik Terhadap Aroma Produk



Sumber : Data Primer (2020)

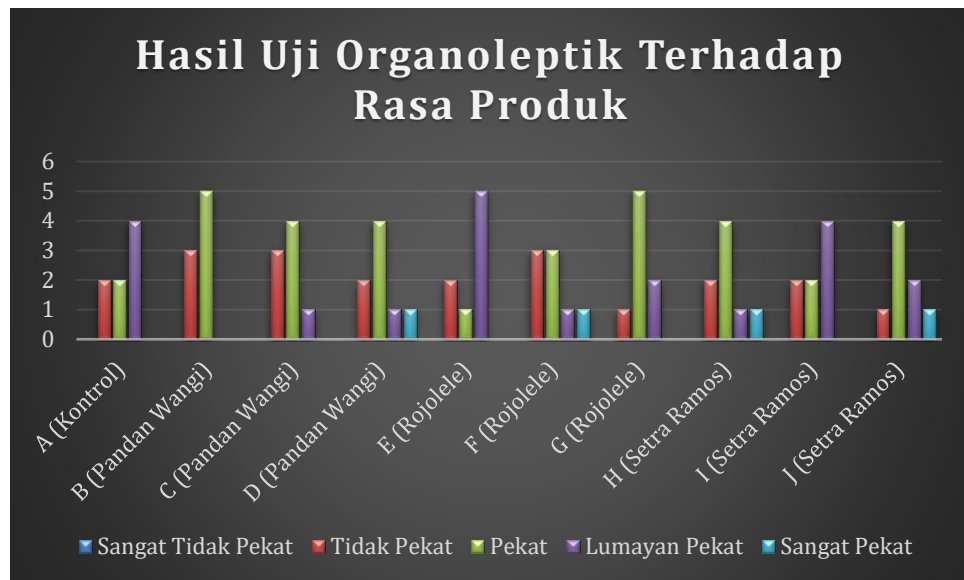
Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk B, C, dan D mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian beraroma *seafood* dimana sebanyak 3 panelis pada masing-masing produk B, C dan D.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk E, F, dan G mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian beraroma *seafood* dimana sebanyak 5 panelis pada produk G, kemudian 3 panelis pada produk E dan 2 panelis pada produk F.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk H, I, dan J mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian beraroma *seafood* dimana sebanyak 5 panelis pada produk I, kemudian 4 panelis pada produk J dan 3 panelis pada produk H.

4.4.3 Rasa

Tabel 4.17 Hasil Uji Organoleptik Terhadap Rasa Produk



Sumber : Data Primer (2020)

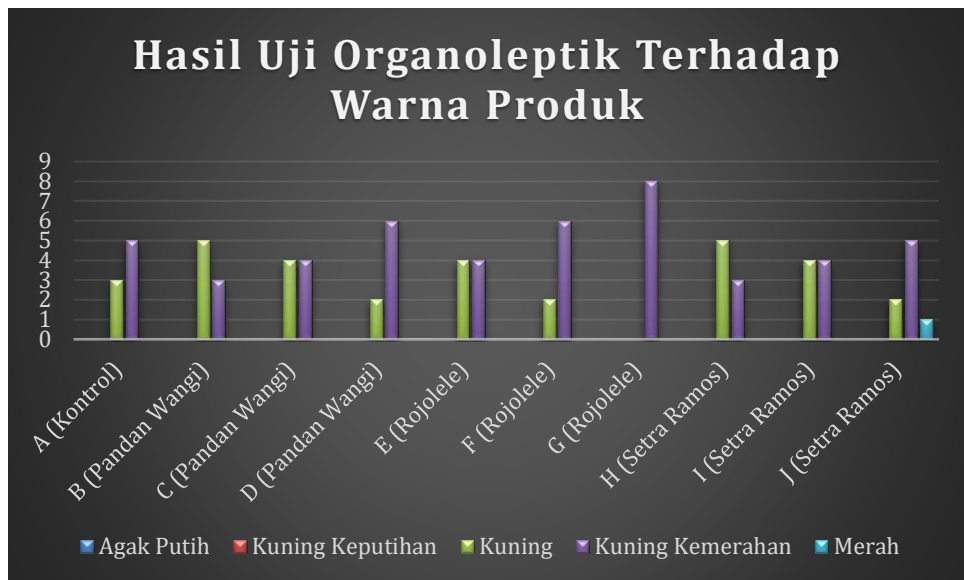
Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk B, C, dan D mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian pekat dimana sebanyak 5 panelis pada produk B kemudian sebanyak 4 panelis pada produk C dan D.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk E, F dan G mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian pekat dimana sebanyak 5 panelis pada produk G kemudian 3 panelis pada produk F dan 1 panelis pada produk E. Namun peringkat paling tinggi juga pada penilaian lumayan pekat sebanyak 5 panelis pada produk E.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk H, I, dan J mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian pekat dimana sebanyak 4 panelis pada produk H dan J, kemudian sebanyak 2 panelis pada produk I.

4.4.4 Warna

Tabel 4.18 Hasil Uji Organoleptik Terhadap Warna Produk



Sumber : Data Primer (2020)

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk B, C, dan D mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian warna kuning kemerahan dimana sebanyak 6 panelis pada produk D lalu sebanyak 4 panelis pada produk C dan kemudian 3 panelis pada produk B.

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa produk E, F, dan G mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian warna kuning kemerahan dimana sebanyak 8 panelis pada produk G, lalu 6 panelis pada produk F dan kemudian 4 panelis pada produk E.

Pada grafik diatas enunjukkan bahwa produk H, I dan J mendapatkan nilai paling banyak dalam penilaian warna kuning kemerahan dimana sebanyak 5 panelis pada produk J, lalu 4 panelis pada produk I dan 3 panelis pada produk H.

4.5 Pembahasan Hasil Uji Organoleptik dengan Metode *Paired T Test*

Menurut Widiyanto (2013), Paired T-test atau Uji perbedaan merupakan salah satu metode pengujian yang digunakan untuk mengkaji keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan rata-rata sesudah

diberikan perlakuan. Variabel Independen kualitatif dalam penelitian ini memiliki dua kategori. Oleh sebab, dilakukan pengujian dengan metode uji beda rata-rata untuk dua sampel berpasangan atau paired sample T-test. Uji beda juga digunakan untuk mengevaluasi perlakuan tertentu pada satu sampel yang sama pada dua periode pengamatan yang berbeda (Pramana,2012).

Pada pembahasan uji organoleptik kali ini, maka keterangan produk adalah sebagai berikut :

1. Produk A merupakan produk kontrol (beras arborio)
2. Produk B merupakan produk perlakuan 1 dengan beras pandan wangi
3. Produk C merupakan produk perlakuan 2 dengan beras rojolele
4. Produk D merupakan produk perlakuan 3 dengan beras setra ramos

4.5.1 Tekstur

Tabel 4.19 Hasil Pengolahan Data Uji Organoleptik Terhadap Tekstur Produk

Pasangan	t	Sig. (2-tailed)
B (Pandan Wangi)-A	.798	.451
C (Rojolele)-A	-1.183	.275
D (Setra Ramos)-A	.574	.584

Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan hasil dari *paired sample T-test* yang telah kami lakukan pada variabel tekstur memiliki nilai signifikansi dari setiap pasangan B-A senilai 0.451, pasangan C-A senilai 0.275 dan pasangan D-A senilai 0.584. Pada seluruh pasangan memiliki nilai >0.05 , sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima yang artinya tidak terdapat perbedaan tekstur yang signifikan dari setiap pasangan.

4.5.2 Aroma

Tabel 4.20 Hasil Pengolahan Data Uji Organoleptik Terhadap Aroma Produk

Pasangan	t	Sig. (2-tailed)
B (Pandan Wangi)-A	-.683	.516
C (Rojolele)-A	-.814	.442
D (Setra Ramos)-A	-.205	.884

Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan hasil dari *paired sample T-test* yang telah kami lakukan pada variabel aroma memiliki nilai signifikansi dari setiap pasangan B-A senilai 0.516, pasangan C-A senilai 0.442 dan pasangan D-A senilai 0.884. Pada seluruh pasangan memiliki nilai >0.05 , sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima yang artinya tidak terdapat perbedaan aroma yang signifikan dari setiap pasangan.

4.5.3 Rasa

Tabel 4.21 Hasil Pengolahan Data Uji Organoleptik Terhadap Rasa Produk

Pasangan	t	Sig. (2-tailed)
B (Pandan Wangi)-A	-1.488	.180
C (Rojolele)-A	.261	.802
D (Setra Ramos)-A	-.284	.785

Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan hasil dari *paired sample T-test* yang telah kami lakukan pada variabel rasa memiliki nilai signifikansi dari setiap pasangan B-A senilai 0.180, pasangan C-A senilai 0.802 dan pasangan D-A senilai 0.785. Pada seluruh pasangan memiliki nilai >0.05 , sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima yang artinya tidak terdapat perbedaan rasa yang signifikan dari setiap pasangan.

4.5.4 Warna

Tabel 4.22 Hasil Pengolahan Data Uji Organoleptik Terhadap Warna Produk

Pasangan	t	Sig. (2-tailed)
B (Pandan Wangi)-A	-1.528	.170
C (Rojolele)-A	-1.000	.351
D (Setra Ramos)-A	-1.528	.170

Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan hasil dari *paired sample T-test* yang telah kami lakukan pada variabel warna memiliki nilai signifikansi dari setiap pasangan B-A senilai 0.170 pasangan C-A senilai 0.351 dan pasangan D-A senilai 0.170. Pada seluruh pasangan memiliki nilai >0.05 , sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima yang artinya tidak terdapat perbedaan warna yang signifikan dari setiap pasangan.