

## **PERBANDINGAN METODE PENGUJIAN SENSORIS UNTUK MENGETAHUI PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP REFORMULASI PRODUK JAHE KOPI SUSU DI CV. INTRAFood**

### **INTISARI**

Oleh :

Kalis Murningsih<sup>1</sup>, Ratih Hardiyanti<sup>2</sup>, Fahrizal Yusuf Affandi<sup>2</sup>

Jahe Kopi Susu merupakan produk minuman serbuk instan yang terbuat dari campuran serbuk jahe, kopi dan krimer dengan komposisi tertentu. Jahe Kopi Susu di CV. Intrafood merupakan produk dengan tingkat penjualan terendah, dengan banyaknya retur yang diterima. Maka, CV. Intrafood melakukan reformulasi baru terhadap komposisi produk Jahe Kopi Susu. Untuk menguji apakah reformula baru lebih disukai atau tidak, perusahaan melakukan pengujian sensoris dengan metode *paired preference test* (uji kesukaan dengan sampel berpasangan).

Pengujian sensoris dilakukan dalam dua tahap pengujian, dengan total pengujian sebanyak 6 kali. Pengujian tahap pertama sampel yang digunakan Jahe Kopi Susu *existing* (formula lama) dibandingkan dengan Jahe Kopi Susu reformula, jika reformula lebih disukai, dilanjutkan ke tahap kedua. Pengujian tahap kedua sampel yang digunakan Jahe Kopi Susu reformula dibandingkan dengan Jahe Kopi Susu dari produsen pesaing, jika reformula lebih disukai, maka reformula berhasil. Dari hasil pengujian, perusahaan melakukan analisis data dengan cara mempresentasikan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan metode olah data *paired preference test* yang digunakan perusahaan (metode persentase) dengan analisis data secara statistik untuk pengujian dua sampel menggunakan tabel binomial.

Dari hasil perbandingan kedua metode, hasil olah data dengan cara persentase tidak sesuai dengan hasil analisis statistik dengan tabel binomial. Analisis perusahaan menunjukkan hasil ada preferensi (lebih disukai), sedangkan dengan tabel binomial menunjukkan hasil tidak ada preferensi (tidak disukai). Analisis data dengan cara persentase, tidak umum digunakan dalam uji kesukaan sampel berpasangan, sedangkan cara tabel binomial metode yang umum digunakan, analisis data sudah menjadi ketetapan secara statistik. Akibatnya terjadi kesalahan pengambilan kesimpulan. Sebaiknya perusahaan menganalisis data sesuai metode yang sudah menjadi ketetapan.

Kata Kunci : *paired preference test*, tabel binomial, uji sensoris

Keterangan :

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Diploma Agroindustri

<sup>2</sup> Dosen Pengajar Fakultas Teknologi Pertanian

## **SENSORY TESTING METHOD COMPARISON TO KNOWING CONSUMER ACCEPTANCE ABOUT PRODUCT REFORMULATION OF GINGER DAIRY COFFEE IN CV. INTRAFood**

### **ABSTRACT**

By:

Kalis Murningsih<sup>1</sup>, Ratih Hardiyanti<sup>2</sup>, Fahrizal Yusuf Affandi<sup>2</sup>

Ginger Dairy Coffee is a product of instant powder drink made from a mixture of powdered ginger, coffee and creamer with a specific composition. Ginger Dairy Coffee CV. Intrafood is a product with the lowest sales level, with the number of returns received. So, CV. Intrafood do a new reformulation of the product composition Ginger Coffee Milk. To test whether a new reformula preferred or not, the company conducts sensory testing methods paired preference test (A test with paired samples).

Testing sensory testing conducted in two phases, with a total of 6 times testing. The first phase of testing samples used Ginger Coffee Milk existing (old formula) compared with Ginger Coffee Milk reformula, if reformula preferably, proceed to the second stage. The second phase of testing samples used Ginger Coffee Milk reformula compared with Ginger Coffee Milk from manufacturers competitors, if reformula is preferred, then reformula successfully. From the test results, the company conducted an analysis of data by mempersentasekan. Evaluation is done by comparing the data processing method paired preference test used by the company (the percentage method) with statistical data analysis to test two samples using a binomial table.

From the comparison of the two methods, the results if the data in a manner not in accordance with the percentage of the statistical analysis by the binomial table. Analysis of the results showed no preference company (preferred), whereas the binomial table shows the results no preference (not preferred). Analysis of data by percentage, not commonly used in the hedonic test paired samples, while the binomial method tables commonly used methods, data analysis has become statistically provision. As a result, errors occur conclusions. The company should analyze the data according to the method that has a statute.

**Keywords:** paired preference test, binomial tables, sensory test

**Description:**

<sup>1</sup> Student Diploma Program Agroindustri

<sup>2</sup> Lecturer Faculty of Agricultural Technology