

SENSORY TESTING ON INSTANT COFFEE IN COFFEE AND COCOA RESEARCH CENTER INDONESIA (PPKKI) JEMBER-EAST JAVA

by:

Nafi'ah¹, Darmawan Ari Nugroho², Jumeri³

ABSTRACT

Development or improvement to the product indispensable in a company. To get the attention of consumers, companies need to know some of the wants and needs of consumers. Jember, East Java PPKKI producing instant coffee beverages such as instant coffee original, ginger instant coffee and instant coffee ginseng. To find out if these products acceptable to consumers, we conducted research on hedonic test. The aim of this study was to determine the level of consumer preferences for products manufactured by PPKKI Jember, East Java. By knowing the level of consumer preferences, is expected PPKKI can have a reference for future product development.

The hedonic test method is, panelists presented samples one by one and then the panelists were asked to give his impression of the sample. The impression given can be expressed with a numerical scale that has been established and listed in the accreditation forms of testing. This test uses untrained panelists with the number 81. Attributes samples assessed were aroma, flavor, body (viscosity sense) and color. After the test data collected then performed data processing. Analyze data using Zscore Test. Zscore test is to determine whether there is data that deviate much from the average value. Then do Anova (Analysis of Variance) to determine the presence or absence of difference between samples. If there is a difference between samples then followed by Tukey's test, to find out where the different samples. The calculation assisted with SPSS Software.

Original instant coffee is preferred by consumers compared with ginger instant coffee and instant coffee ginseng. This is because the average value of instant coffee original entry in the category scale values and attributes favored the original instant coffee more favored by consumers.

Keywords: hedonic test, Analysis of Variance, Tukey test.

¹ Student Vocational School Diploma Agroindustry University of Gadjah Mada

² Faculty of Agricultural Technology, Gadjah Mada University

³ Faculty of Agricultural Technology, Gadjah Mada University

PENGUJIAN SENSORI PADA KOPI INSTAN DI PUSAT PENELITIAN KOPI DAN KAKAO INDONESIA (PPKKI) JEMBER-JAWA TIMUR

Oleh:

Nafi'ah¹, Darmawan Ari Nugroho², Jumeri³

INTISARI

Pengembangan atau perbaikan pada produk sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan. Untuk mendapatkan perhatian dari konsumen, perusahaan harus mengetahui beberapa keinginan dan kebutuhan dari konsumen. PPKKI Jember Jawa Timur memproduksi minuman kopi instan seperti kopi instan original, kopi jahe instan dan kopi gingseng instan. Untuk mengetahui apakah produk-produk tersebut dapat diterima konsumen, maka dilakukanlah penelitian tentang uji hedonik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap produk yang diproduksi oleh PPKKI Jember, Jawa Timur ini. Dengan mengetahui tingkat kesukaan konsumen tersebut, diharapkan PPKKI dapat mempunyai referensi untuk pengembangan produk kedepannya.

Metode uji hedonik ini yaitu, panelis disajikan sampel satu per satu kemudian panelis diminta untuk memberikan kesannya terhadap sampel tersebut. Kesan yang diberikan dapat diungkapkan dengan skala numerik yang telah ditetapkan dan tertera dalam borang pengujian. Pengujian ini menggunakan panelis tidak terlatih dengan jumlah 81 orang. Atribut sampel yang dinilai adalah aroma, rasa, kekentalan dan warna. Setelah data pengujian terkumpulkan kemudian dilakukan pengolahan data. Menganalisis data dengan menggunakan Uji Zscore. Uji Zscore ini untuk mengetahui apakah ada data yang menyimpang jauh dari nilai rata-rata. Kemudian dapat dilakukan uji Anova (*Analysis of Varians*) untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan antar sampel. Apabila terdapat perbedaan antar sampel maka dilanjutkan dengan uji Tukey, untuk mengetahui sampel mana yang berbeda. Perhitungan tersebut dibantu dengan *Software SPSS*.

Kopi instan original lebih disukai oleh konsumen dibandingkan dengan kopi jahe instan dan kopi gingseng instan. Hal ini dikarenakan rata-rata nilai kopi instan original masuk dalam kategori skala nilai disukai dan atribut kopi instan original lebih banyak disukai oleh konsumen.

Kata kunci: Uji hedonik, *Analysis of Varians*, Uji Tukey.

¹ Mahasiswa Diploma III Agroindustri Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada

² Dosen Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada

³ Dosen Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada