

ABSTRAK

Ghina Anggrea Zaeni Fadriowati. Studi Pembuatan Sambal Siap Santap Dengan Bumbu Khas Indonesia Berbasis Daya Terima Konsumen. Dibawah bimbingan Woro Priatini S,Pd., M.Si dan Wendi Andriatna, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah inovasi produk sambal siap santap dengan bumbu khas Indonesia. Jenis sambal yang diteliti adalah Sambal Terasi dan Sambal Hijau. Penelitian ini menggunakan uji organoleptik dan uji daya terima konsumen. Uji organoleptik dilakukan dengan memilih 15 orang panelis ahli yang memiliki pengalaman di bidang cuisine untuk menilai formulasi resep terbaik dari enam sampel produk dengan formulasi produk. Tiga sampel produk sambal terasi dengan membandingkan jenis terasi khas Toboali (ST1), khas Cirebon (ST2) dan khas Medan (ST3). Tiga sampel produk sambal hijau dengan membandingkan jenis cabai hijau yaitu 10gr:10gr cabai hijau keriting:cabai rawit hijau (SH1), 20gr cabai hijau keriting (SH2) dan 20gr cabai rawit hijau (SH3). Dihasilkan sambal terasi pilihan dengan terasi khas Toboali (ST1) dan sambal hijau dengan menggunakan 10gr:10gr cabai hijau keriting:cabai rawit hijau (SH1) sebagai produk yang rata-rata paling disukai oleh panelis ahli. Selanjutnya Sambal Terasi dan Sambal Hijau dengan masing-masing produk kontrol diuji kembali kepada panelis konsumen untuk mengetahui daya terima terhadap produk. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada 100 orang responden.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, teori pariwisata, inovasi produk, resep baku, kuliner Indonesia, sambal siap santap, bumbu khas Indonesia, zat eksipien/ zat bahan tambahan makanan, kualitas produk, kemasan produk, penilaian organoleptik, uji daya terima konsumen, perhitungan harga jual dan perhitungan DKBM.

Kata kunci : Inovasi Produk, Sambal Siap Santap, Kualitas Produk

ABSTRACT

GHINA ANGGREA ZAENI FADRIOWATI. Study Of Making Instant Sambal With Indonesian Spices Based On Consumer Acceptance. Supervised by Woro Priatini S,Pd., M.Si and Wendi Andriatna, M.Si

The aim of this research is to create a product innovation in making instant sambal with Indonesian spices. The type of sambal that will be studied are shrimp paste sambal and green sambal. The test that used in this research are organoleptic test and consumer's acceptance test. The Organoleptic test involve 15 expert panelist in cuisine to check the best recipes from 6 samples of product formulation. 3 samples of shrimp paste sambal by comparing the shrimp paste from Toboali, Cirebon and Medan. and 3 samples of green sambal by comparing the type of green pepper, 10gr:10gr curly green pepper :cayenne green pepper (SH1), 20gr curly green pepper (SH2) dan 20gr cayenne green pepper (SH3). The result shows that the kind of sambal which selected are shrimp paste from Toboali (ST1) and green sambal selected with 10gr:10gr curly green pepper:cayenne green pepper (SH1) as the most preffered product by expert panelist. The next step, is the shrimp paste sambal and green sambal with control product are tasted by the costumer to find out about consumer's acceptance. The method that used to collect the data by distributing questionnaire to 100 respondents.

The theories that used ini this research are, tourism theory, product innovation, standard recipe, Indonesian Culinary, instant sambal, spices of Indonesia, excipient substances/food additive substances, product quality, product packaging, organoleptic ratings, consumer's acceptance test, calculatingthe selling price and food composition table.

Keyword : Product Innovation, Instant Sambal, Product Quality