

## **EVALUASI SENSORI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN BERBAHAN DASAR HONJE SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN PRODUK**

**Ni Gusti Made Kerti Utami<sup>1</sup>**

Politeknik Pariwisata NHI Bandung  
nig@stp-bandung.ac.id

**Ratih Pitria Purnamasari<sup>2</sup>**

Politeknik Pariwisata NHI Bandung  
rap@stp-bandung.ac.id

**Maksum Suparman<sup>3</sup>**

Politeknik Pariwisata NHI Bandung  
mak@stp-bandung.ac.id

**Dodi Affandi<sup>4</sup>**

Politeknik Pariwisata NHI Bandung  
doi@stp-bandung.ac.id

### **ABSTRACT**

*This research aims to conduct a sensory evaluation of food and beverage products made from honje, which are the result of development. Honje was only used as Honje juice but was developed into several food and beverage products, namely Honje Butter Cookies, Honje Jam, and Mojito Honje (Monje). These food and beverage products are selected from the identification of agricultural products in the Cisangkal Tourism Area. They have their own uniqueness and the potential to be developed because they have a lot of resources and are easy to implement. The research method used is descriptive quantitative through organoleptic tests on 4 sensory aspects, namely: Color, Aroma, Taste/Like, and Texture related to Honje-based food and beverage products, assisted by respondents in Cisangkal, Pangandaran and surrounding areas who will become target consumers as many as 30 people. The results of this evaluation will provide additional confirmation to the local community that Honje Laka, which is owned by almost the entire community there, can increase self-confidence, and the economy and ultimately help the Cisangkal Tourism Area develop even better. This research was carried out to be a continuation of research activities and community service in the Cisangkal Tourism Area.*

**Keywords:** *Evaluation, Sensory Testing, Food and Beverage Basic Ingredients, Honje (Kecombrang), Product Development.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi sensori terhadap produk makanan dan minuman berbahan dasar honje yang merupakan hasil pengembangan. Honje semula hanya dijadikan menjadi Jus Honje, tetapi

dikembangkan menjadi beberapa produk makanan dan minuman yaitu *Butter Cookies* Honje, Selai Honje dan Mojito Honje (Monje). Produk makanan dan minuman tersebut merupakan pilihan dari identifikasi hasil pertanian di Kawasan Wisata Cisangkal, yang memiliki keunikan tersendiri dan berpotensi untuk dikembangkan karena sumber daya yang dimiliki sangat banyak dan mudah dilakukan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif melalui uji organoleptik pada 4 aspek sensori, yaitu: Warna, Aroma, Rasa/Kesukaan, dan Tekstur terkaithasil produk makanan dan minuman berbahan dasar Honje, dibantu oleh responden di Wilayah Cisangkal, Pangandaran dan sekitarnya yang akan menjadi konsumen target sebanyak 30 orang. Hasil evaluasi ini akan memberikan konfirmasi tambahan kepada masyarakat setempat bahwa Honje Laka, yang dimiliki oleh hampir seluruh masyarakat di sana dapat meningkatkan kepercayaan diri, perekonomian dan akhirnya membantu Kawasan Wisata Cisangkal menjadi berkembang lebih baik lagi. Penelitian ini dilaksanakan untuk menjadi lanjutan kegiatan penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kawasan Wisata Cisangkal.

**Kata Kunci:** Evaluasi, Uji Sensorik, Bahan dasar makanan dan minuman, Honje (Kecombrang), Pengembangan Produk.

## PENDAHULUAN

Kabupaten Pangandaran memiliki banyak daya tarik wisata dan dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata sebagai kabupaten prioritas yang menjadi tujuan wisata di Provinsi Jawa Barat. Dikenalnya Kabupaten Pangandaran sebagai kabupaten baru, karena perhatian dan promosi yang terus-menerus baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Di sisi lain, UNWTO menjadikan Kabupaten Pangandaran sebagai salah satu lokasi Observatorium Pariwisata Dunia 2016 (<https://www.suara.com/lifestyle/2016/09/09/150200/menpar-pbb-kerja-sama-tingkatkan-pariwisata-berkelanjutan>). Kabupaten Pangandaran memiliki 10 kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Langkap lancar yang memiliki 15 desa, diantaranya yaitu Desa Bangun karya. Desa Bangunkarya yang terdiri dari 4 Dusun, diantaranya ialah Dusun Mekarmulya, Dusun Karangmulya, Dusun Karangbungur, dan Dusun Wangkalronyok. Dusun Mekarmulya dikenal dengan durian legendanya yang sudah ada sejak ratusan tahun lalu yang kini menjadi daya tarik pariwisata. Selain durian, potensi lainnya yang dimiliki Dusun Mekarmulya yaitu Agrowisata.

Berdasarkan hasil penelitian Kelompok Dosen Poltekpar NHI Bandung di Dusun Mekarmulya dengan judul "Identifikasi Potensi Dan Pengembangan Makanan Dan Minuman Berbahan Dasar Hasil Pertanian Di Kampung Wisata Cisangkal, Dusun Mekarmulya, Desa Bangunkarya, Kecamatan Langkaplayar, Kabupaten Pangandaran" (Ni Gusti Made Kerti Utami dkk, 2023), telah diidentifikasi bahwa Tanaman Honje (kecombrang) Hutan menjadi ciri khas dan belum banyak dimanfaatkan/belum terlalu dikenal di tempat lain. Dari hasil observasi, masyarakat Dusun Mekarmulya memanfaatkan tanaman Honje untuk kebutuhan harian saja, seperti bahan makanan, campuran berbagai makanan atau dibuat minuman, yaitu Jus Honje. Dari hasil penelitian tersebut, diidentifikasi potensi pengembangan tanaman Honje (kecombrang) Hutan di Dusun Mekarmulya yaitu: 1) Terdapat lebih kurang 1 hektar lahan yang ditanami Honje (kecombrang)

Hutan, yang tersebar di beberapa kebun milik pribadi warga dusun, 2) Tanaman honje (kecombrang) hutan ini dimiliki secara pribadi oleh warga dan boleh digunakan/dipakai untuk produksi dengan syarat bahwa bahan honje tersebut dibeli dengan harga sesuai dengan harga pasar, 3) Mayoritas warga/penduduk dusun mengkonsumsi Honje (kecombrang) Hutan hanya untuk kebutuhan sehari-hari (seperti bahan makanan, campuran berbagai masakan).

Saat ini masyarakat mempunyai pengetahuan yang lebih baik tentang produk makanan dan minuman yang mereka konsumsi, sehingga mereka semakin mampu melihat, membedakan dan menuntut ketersediaan produk yang bermutu serta aman. Ekspektasi mutu dapat dilihat dari segi kandungan nilai gizi, nilai fungsional terhadap kesehatan dan mutu sensori. Oleh karena itu, persepsi konsumen, termasuk di dalamnya faktor kesukaan terhadap karakteristik sensori suatu produk makanan dan minuman, harus dipertimbangkan oleh industri makanan dan minuman serta para pedagang (*retailer*) produk-produk makanan dan minuman, dalam upayanya agar produknya diminati konsumen. Dalam lingkup bisnis pemasaran jika pelaku industri makanan dan minuman tidak mempunyai pengetahuan mengenai evaluasi sensori yang memadai maka risiko kegagalan dalam melakukan pemasaran akan semakin tinggi. Evaluasi sensori merupakan suatu hal yang sangat diperlukan untuk melihat/mengetahui kebutuhan pasar sebelum produk dipasarkan.

Evaluasi sensori telah berkembang dengan pesat mengikuti keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhannya akan pangan. Pada Penelitian ini, evaluasi sensori lebih diarahkan untuk mengetahui kesukaan atau penerimaan produk oleh konsumen. Kesukaan atau penerimaan konsumen terhadap suatu produk dapat dilihat dengan uji sensori dan hal ini dilakukan untuk menggambarkan seberapa besar kesukaan atau penerimaan menjadi pertimbangan konsumen untuk menerima suatu produk. Oleh karena itu, pemilihan dan pelatihan calon panelis tidak perlu dilakukan. Pengujian yang paling tepat dalam penelitian ini adalah pengujian afektif dimana panelisnya bukan merupakan panelis ahli (Sangramasari, 2018). Dalam hal ini, yang diperlukan adalah pemilihan kelompok responden yang dapat mewakili populasi target dari para pengguna produk (konsumen target).

Sesuai dengan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diberikan untuk Mitra di Kawasan Wisata Cisangkal, Dusun Mekarmulya, telah dihasilkan 3 macam produk makanan dan minuman berbahan dasar Honje, yaitu: 1) *Butter Cookies Honje*, 2) *Selai Honje*, dan 3) *Mojito Honje* (Monje).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka topik penelitian kali ini berjudul "Evaluasi Sensori Makanan dan Minuman Berbahan Dasar Honje sebagai Upaya Pengembangan Produk" di Kampung Wisata Cisangkal, Desa Bangunkarya, Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan hasil evaluasi sensori terhadap 3 produk pengembangan Honje yang telah disebutkan di atas, melalui 4 aspek sensori yang akan diuji yaitu: 1) Warna, 2) Aroma, 3) Rasa/ Kesukaan, dan 4) Tekstur.

Evaluasi Sensori dengan pendekatan Uji organoleptik ini dilakukan untuk mendapatkan konfirmasi apakah 3 produk yang dikembangkan tersebut dapat memenuhi keinginan pasardan bisa dikembangkan serta dijual kepada masyarakat luas.

## METODOLOGI

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana penelitian didasarkan oleh pengumpulan serta analisis data numerik (berbentuk angka) demi memprediksi, menjelaskan, juga/maupun mengontrol fenomena yang diminati. Menurut Alwasilah (2015) metode penelitian atau rancangan penelitian adalah pengumpulan data secara sistematis untuk tujuan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode eksperimental melalui uji organoleptik pada 4 aspek sensori, yaitu: Warna, Aroma, Rasa/Kesukaan, dan Tekstur terkait hasil produk makanan dan minuman berbahan dasar Honje, dibantu oleh responden di Wilayah Cisangkal, Pangandaran dan sekitarnya yang akan menjadi konsumen target sebanyak 30 orang. Lokasi Penelitian adalah di Kawasan Wisata Cisangkal, Dusun Mekarmulya, Desa Bangunkarya, Kecamatan Langkaplayar, Kabupaten Pangandaran.

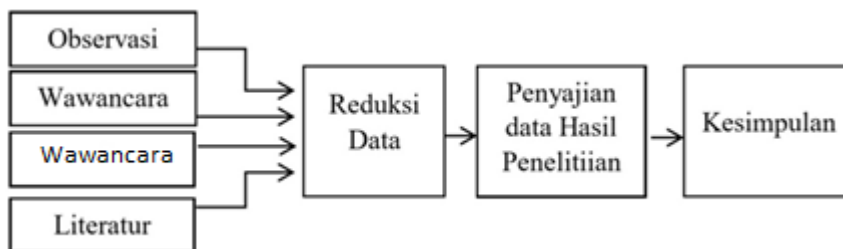
Evaluasi sensori dilakukan untuk mengetahui kesukaan atau penerimaan produk oleh konsumen. Kesukaan atau penerimaan konsumen terhadap suatu produk dapat dilihat dengan uji sensori dan hal ini dilakukan untuk menggambarkan seberapa besar kesukaan atau penerimaan menjadi pertimbangan konsumen untuk menerima suatu produk. Oleh karena itu, pemilihan dan pelatihan calon panelis tidak perlu dilakukan. Dalam hal ini, yang diperlukan adalah pemilihan kelompok responden yang dapat mewakili populasi target dari para pengguna produk (konsumen target).

### 1. Informan Kunci

**Tabel 1. Informasi Kunci (*Key Informan*)**

No	Key Informan	Informasi Yang Di Dapat
1	Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran	- Tentang Potensi Pariwisata Kabupaten Pangandaran
2	Kepala Desa Bangunkarya	- Tentang Potensi Alam dan Pertanian Desa Bangunkarya - Tentang Rencana Pengembangan Wisata di Desa Bangunkarya
3	Kepala Dusun Mekarmulya	- Tentang Potensi Alam, fasilitas dan akses Kampung Wisata Cisangkal - Tentang Rencana Pengembangan Wisata di Dusun Mekarmulya (Kampung Wisata Cisangkal)
4	Warga dan Masyarakat Desa Bangunkarya	- Tentang Evaluasi Sensori Produk Makanan dan Minuman Berbahan Dasar Honje
5	Wisatawan di Pangandaran	- Tentang Evaluasi Sensori Produk Makanan dan Minuman Berbahan Dasar Honje

2. Teknik Analisis Data:



**Gambar 1. Teknik Analisis Data**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desa Bangunkarya memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.333 jiwa. Untuk mendapatkan data empirik mengenai tanggapan masyarakat terhadap ketiga produk makanan dan minuman berbahan dasar kecombrang hutan (honje laka), peneliti menggunakan teknik cluster sampling dan sampling kuota yang mewakili populasi konsumen target. Cluster sampling atau sampling area digunakan jika sumber data atau populasi sangat luas misalnya penduduk suatu propinsi atau kabupaten. Sampling kuota yaitu teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang memiliki ciri tertentu sampai jumlah kuota (jatah) yang diinginkan. Calon responden yang menjadi sample pada penelitian ini yaitu masyarakat di kawasan wisata cisangkal yang telah menggunakan atau mengkonsumsi ketiga produk makanan dan minuman berbahan dasar honje yang disediakan oleh peneliti dengan kuota produk yaitu 30 sample produk.

Berdasarkan data yang dikumpulkan kepada 30 responden, didapat bahwa hasil pengujian instrumen (uji validitas dan reabilitas) yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas**

NO	PERNYATAAN	rhitung	rtable	VALIDITAS rhitung > rtable
<b>BUTTER COOKIES HONJE</b>				
1	Warna Produk Butter Cookies Honje	0,738	0,361	Valid
2	Aroma Produk Butter Cookies Honje	0,419	0,361	Valid
3	Rasa Produk Butter Cookies Honje	0,381	0,361	Valid
4	Tekstur/Penampilan Produk Butter Cookies Honje	0,684	0,361	Valid
<b>SELAI HONJE</b>				
1	Warna Produk Selai Honje	0,513	0,361	Valid
2	Aroma Produk Selai Honje	0,897	0,361	Valid
3	Rasa Produk Selai Honje	0,419	0,361	Valid
4	Tekstur/Penampilan Produk Selai Honje	0,773	0,361	Valid
<b>MOJITO HONJE (MONJE)</b>				

1	Warna Produk Mojito Honje (Monje)	0,733	0,361	Valid
2	Aroma Produk Mojito Honje (Monje)	0,395	0,361	Valid
3	Rasa Produk Mojito Honje (Monje)	0,419	0,361	Valid
4	Tekstur/Penampilan Produk Mojito Honje (Monje)	0,479	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan hasil olahan data seperti yang terdapat pada tabel di atas, bahwa hasil produk Butter Cookies Honje (X1) yang terdapat di dalam tabel menunjukkan hasil pengujian validitas, terdapat instrumen valid pada item pernyataan dengan nilai tertinggi sebesar 0,738 dan terdapat instrumen valid pada item pernyataan dengan nilaiterendah sebesar 0,381.

Pada produk Selai Honje (X2) yang terdapat di dalam tabel menunjukkan hasil pengujian validitas, terdapat instrumen valid pada item pernyataan dengan nilai tertinggi sebesar 0,897 dan terdapat instrumen valid pada item pernyataan dengan nilaiterendah sebesar 0,419.

Sedangkan pada pengujian validitas pada produk Mojito Honje (X3) terdapat instrumen valid pada item pernyataan dengan nilai tertinggi sebesar 0,733 dan terdapatinstrumen valid pada item pernyataan dengan nilai terendah sebesar 0,395.

Secara keseluruhan, berdasarkan perhitungan uji validitas tersebut, maka pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam sebuah angket/kuesioner dalam penelitian ini adalah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

NO	VARIABEL	rtabel	rhitung	RELIABILITAS CRONBACH □ > r tabel
1	Butter Cookies Honje	0,361	0,776	RELIABLE
2	Selai Honje	0,361	0,741	RELIABLE
3	Mojito Honje (Monje)	0,361	0,687	RELIABLE

Sumber: Data Olahan, 2022.

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel di atas, didapat bahwa instrumen penelitian variabel X1 yaitu Produk Butter Cookies Honje, X2 yaitu Selai Honje dan X3 yaitu Mojito Honje (Monje) adalah *reliable*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai *alpha cronbach* ke tiga variabel tersebut adalah di atas 0,361 yaitu sebesar 0,776 untuk Butter Cookies Honje, sebesar 0,741 untuk Selai Honje, dan sebesar 0,687 untuk Mojito Honje (Monje). Sehingga hasil pengukuran dalam penelitian ini relatif konsisten walaupun pengukuran diulangi dua kali atau lebih hasilnya akan tetap dan dapat dipercaya.

## 1. Tanggapan Responden Mengenai Produk Butter Cookies Honje

Berdasarkan data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebar kepada 30 responden yang merupakan warga Desa Bangunkarya dan para tamu yang



mengingat di Pangandaran, mengenai Produk Butter Cookies Honje, maka diperoleh informasi sebagai berikut:

**Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Produk Butter Cookies Honje**

No	Pernyataan	SS	CS	KS	TS	STS	Bobot Total	Rata-rata
1	Warna Produk Butter Cookies Honje	10	16	12	32	4	74	2,47
2	Aroma Produk Butter Cookies Honje	70	48	6	4	0	128	4,27
3	Rasa Produk Butter Cookies Honje	65	32	15	6	1	119	3,97
4	Tekstur/ Penampilan Produk Butter Cookies Honje	10	64	24	4	2	104	3,47
	<b>Total Skor</b>	155	160	57	46	7	425	
	<b>Persentase</b>	36,5	37,6	13,4	10,8	1,6	100	<b>3,54</b>

Sumber: Data Olahan, 2022.

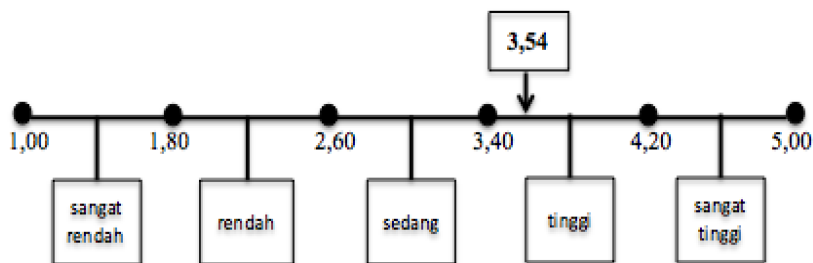
Berdasarkan tabel mengenai tanggapan responden untuk Produk Butter Cookies Honje di atas, informasi yang didapat untuk penilaian Warna Produk Butter Cookies Honje, bahwa mayoritas responden menjawab Tidak Suka untuk warna dari Butter Cookies Honje dengan nilai skor bobot sebesar 32 (16orang x 2), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 16 (4 orang x 4), lalu yang berpendapat Kurang suka sebesar 12 (4 orang x 3), dengan bobot total sebesar 74 dan rata-rata bobot sebesar 2,47.

Informasi yang didapat untuk penilaian Aroma dari Produk Butter Cookies Honje, mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Aroma dari Butter Cookies Honje dengan nilai skor bobot sebesar 70 (14 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 48 (12 orang x 4), lalu yang Kurang Suka sebesar 6 (2 orang x 3), dengan bobot total sebesar 128 dan rata-rata bobot sebesar 4,27.

Informasi yang didapat untuk penilaian Rasa dari Produk Butter Cookies Honje, mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Rasa dari Butter Cookies Honje dengan nilai skor bobot sebesar 65 (13 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 32 (8 orang x 4), lalu yang Kurang Suka sebesar 6 (2 orang x 3), dengan bobot total sebesar 119 dan rata-rata bobot sebesar 3,97.

Informasi yang didapat untuk penilaian Tekstur/Penampilan dari Produk Butter Cookies Honje, bahwa mayoritas responden menjawab Cukup Suka dengan Tekstur/Penampilan dari Butter Cookies Honje dengan nilai skor bobot sebesar 64 (16 orang x 4), diikuti responden yang menjawab Kurang Suka dengan nilai skor sebesar 24 (8 orang x 3), lalu yang Sangat Suka sebesar 10 (2 orang x 5), dengan bobot total sebesar 104 dan rata-rata bobot sebesar 3,47.

Dari informasi tersebut, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tanggapan dari 30 orang responden mengenai Produk Butter Cookies Honje dapat dikategorikan sedang dilihat dari rata-rata skor yaitu sebesar 3,54. Apabila dilihat dengan menggunakan garis kontinum, maka kuatnyainterpretasi dari Produk Butter Cookies Honje adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Garis Kontinum Produk Butter Cookies Honje

## 2. Tanggapan Responden Mengenai Produk Selai Honje

Berdasarkan data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebar kepada 30 responden yang merupakan warga Desa Bangunkarya dan para tamu yang menginap di Pangandaran, mengenai Produk Selai Honje, maka diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Produk Selai Honje

No	Pernyataan	SS	CS	KS	TS	STS	Bobot Total	Rata-rata
1	Warna Produk Selai Honje	70	60	0	2	0	132	4,40
2	Aroma Produk Selai Honje	50	56	6	0	4	116	3,87
3	Rasa Produk Selai Honje	80	40	0	4	2	126	4,20
4	Tekstur/ Penampilan Produk Selai Honje	110	16	0	4	2	132	4,40
	<b>Total Skor</b>	310	172	6	10	8	506	<b>4,08</b>
	<b>Persentase</b>	61,3	34,0	1,2	2,0	1,6	100	

Sumber: Data Olahan, 2022.

Berdasarkan tabel mengenai tanggapan responden untuk Produk Selai Honje di atas, informasi yang didapat untuk penilaian Warna Selai Honje, bahwa mayoritas responden menjawab Sangat Suka untuk warna dari Selai Honje dengan nilai skor bobot sebesar 70 (14 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 60 (15 orang x 4), lalu yang berpendapat Tidak Suka sebesar 2 (1 orang x 2), dengan bobot total sebesar 132 dan rata-rata bobot sebesar 4,40.

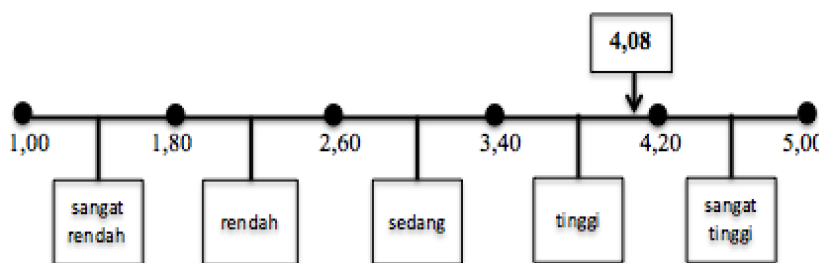
Informasi yang didapat untuk penilaian Aroma dari Produk Selai Honje, mayoritas responden menjawab Cukup Suka dengan Aroma dari Selai Honje dengan nilai skor bobot sebesar 56 (14 orang x 4), diikuti responden yang menjawab Sangat Suka dengan nilai skor sebesar 50 (10 orang x 5), lalu yang Kurang Suka sebesar 6 (2 orang x 3), dengan bobot total sebesar 116 dan rata-rata bobot sebesar 3,87.



Informasi yang didapat untuk penilaian Rasa dari Produk Selai Honje, mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Rasa dari Selai Honje dengan nilai skor bobot sebesar 80 (16 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 40 (10 orang x 4), lalu yang Tidak Suka sebesar 4 (2 orang x 2), dengan bobot total sebesar 126 dan rata-rata bobot sebesar 4,20.

Informasi yang didapat untuk penilaian Tekstur/Penampilan dari Produk Selai Honje, bahwa mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Tekstur/Penampilandari Selai Honje dengan nilai skor bobot sebesar 110 (22 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 16 (4 orang x 4), lalu yang Tidak Suka sebesar 4 (2 orang x 2), dengan bobot total sebesar 132 dan rata-rata bobot sebesar 4,40.

Dari informasi tersebut, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tanggapan dari 30 orang responden mengenai Produk Selai Honje dapat dikategorikan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu sebesar 4,08. Apabiladilihat dengan menggunakan garis kontinum, maka kuatnya interpretasi dari Produk Selai Honje adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Garis Kontinum Produk Selai Honje

### 3. Tanggapan Responden Mengenai Produk Mojito Honje (Monje)

Berdasarkan data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebar kepada 30 responden yang merupakan warga Desa Bangunkarya dan para tamu yang menginap di Pangandaran, mengenai Produk Mojito Honje (Monje), maka diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Produk Mojito Honje (Monje)

No	Pernyataan	SS	CS	KS	TS	STS	Bobot Total	Rata-rata
1	Warna Produk Mojito Honje (Monje)	30	64	18	4	0	116	3,87
2	Aroma Produk Mojito Honje (Monje)	70	56	6	0	0	132	4,40
3	Rasa Produk Mojito Honje (Monje)	85	44	0	4	0	133	4,43
4	Tekstur/Penampilan Produk Mojito Honje (Monje)	110	32	0	0	0	142	4,73
	<b>Total Skor</b>	295	196	24	8	0	523	
	<b>Persentase</b>	56,4	37,5	4,6	1,5	-	100,0	<b>4,36</b>

Sumber: Data Olahan, 2022.

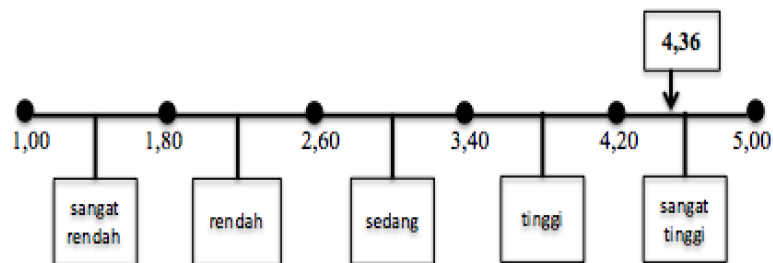
Berdasarkan tabel mengenai tanggapan responden untuk Produk Mojito Honje (Monje) di atas, informasi yang didapat untuk penilaian Warna Produk Mojito Honje (Monje), bahwa mayoritas responden menjawab Cukup Suka untuk warna dari Mojito Honje (Monje) dengan nilai skor bobot sebesar 64 (16 orang x 4), diikuti responden yang menjawab Sangat Suka dengan nilai skor sebesar 30 (6 orang x 5), lalu yang berpendapat Kurang Suka sebesar 18 (6 orang x 3), dengan bobot total sebesar 116 dan rata-rata bobot sebesar 3,87.

Informasi yang didapat untuk penilaian Aroma dari Produk Mojito Honje (Monje), mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Aroma dari Mojito Honje (Monje) dengan nilai skor bobot sebesar 70 (14 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 56 (14 orang x 4), lalu yang Kurang Suka sebesar 6 (2 orang x 3), dengan bobot total sebesar 132 dan rata-rata bobot sebesar 4,40.

Informasi yang didapat untuk penilaian Rasa dari Produk Mojito Honje (Monje), mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Rasa dari Mojito Honje (Monje) dengan nilai skor bobot sebesar 85 (17 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 44 (11 orang x 4), lalu yang Tidak Suka sebesar 4 (2 orang x 2), dengan bobot total sebesar 133 dan rata-rata bobot sebesar 4,43.

Informasi yang didapat untuk penilaian Tekstur/Penampilan dari Produk Mojito Honje (Monje), bahwa mayoritas responden menjawab Sangat Suka dengan Tekstur/Penampilan dari Mojito Honje (Monje) dengan nilai skor bobot sebesar 110 (22 orang x 5), diikuti responden yang menjawab Cukup Suka dengan nilai skor sebesar 32 (8 orang x 4), dengan bobot total sebesar 142 dan rata-rata bobot sebesar 4,73.

Dari informasi tersebut, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tanggapan dari 30 orang responden mengenai Produk Mojito Honje (Monje) dapat dikategorikan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu sebesar 4,36. Apabiladilihat dengan menggunakan garis kontinum, maka kuatnya interpretasi dari Produk Mojito Honje (Monje) adalah sebagai berikut:



**Gambar 4. Garis Kontinum Produk Mojito Honje (Monje)**

## SIMPULAN

Diketahui bahwa secara keseluruhan tanggapan untuk Produk Butter Cookies Honje dikategorikan sedang dilihat dari rata-rata skor yaitu sebesar 3,54. Dengan skor tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Produk Butter Cookies Honje masih memerlukan pengembangan yang lebih baik lagi agar dapat memenuhi keinginan pasar dan dijual kepada masyarakat luas. Berdasarkan Uji hedonik test, responden berpendapat bawah aroma Produk Butter Cookies Honje sangat khas, rasa manis namun tidak membuat eneg, tekstur/penampilan sedikit kasar karena butiran tepung honje, warna *cookies* yaitu coklat dengan sedikit warna merah muda dari butiran tepung honje. Pembuatan tepung Honje yang merupakan salah satu bahan dasar untuk Produk Butter Cookies Honje, masih dilakukan secara manual, yaitu dengan cara ditumbuk, sehingga hasilnya kurang maksimal (membuat stok tepung honje).

Diketahui bahwa secara keseluruhan tanggapan untuk Produk Selai Honje dikategorikan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu sebesar 4,08. Dengan skor tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Produk Selai Honje dapat memenuhi keinginan pasar serta dijual kepada masyarakat luas. Berdasarkan Uji hedonik test, responden berpendapat bawah aroma Produk Selai Honje sangat khas, rasa manis dan sedikit asam menyegarkan seperti selai strawberry, tekstur selainya halus, penampilannya pun sangat menarik dengan warna merah yang sangat bagus.

Diketahui bahwa secara keseluruhan tanggapan untuk Produk Mojito Honje (Monje) dikategorikan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu sebesar 4,36. Dengan skor tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Produk Mojito Honje (Monje) dapat memenuhi keinginan pasar serta dijual kepada masyarakat luas. Berdasarkan Uji hedonik test, responden berpendapat bawah aroma Produk Mojito Honje sangat khas, rasa asam dan menyegarkan, dan tekstur/penampilannya pun sangat menarik dengan warna yang sangat bagus, merah terang. Pembuatan sari Honje yang merupakan bahan dasar dari semua Produk Makanan dan Minuman, masih dilakukan secara manual, yaitu dengan cara ditumbuk, sehingga jika diproduksi untuk jumlah yang banyak hasilnya kurang maksimal. Daun mint yang juga digunakan sesuai standar resep minuman jarang ditemukan, sehingga masyarakat desa perlu diminta untuk mencoba menanamnya. Pemahaman terkait hygiene dan sanitasi, selama proses pembuatan bahan baku utamaperlu diperbaiki. Sarana dan Prasarana dalam proses pembuatan sari honje dan tepung honje perlu dilengkapi, terutama dari segi peralatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. 2015. Pokoknya Studi Kasus, Pendekatan Kualitatif. Bandung: PTKiblat Buku Utama.
- Gusnadi, D., Taufiq, R., & Baharta, E. (2021). Uji Organoleptik Dan Daya Terima Pada Produk Mousse Berbasis Tapai Singkong Sebagai Komoditi UMKM Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2883-2888.
- Jellineck, Gisela, 1985, *Sensory Evaluation of Food : Theory & Practice*, E. Horwood Marzuki, 2005, Metodologi Riset, Yogyakarta: Ekonisia.
- Luru, Marselinus Nirwan. 2018. Identifikasi Pengembangan Produk Pariwisata Perkotaan (Studi Kasus Kota Labuan Bajo). Vol 23 No 2 (2018): *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. Universitas Trisakti.

- National Herbarium. Nederland Universiteit LeidenRahayu, et al. 1998. *Evaluasi Sensori*, Universitas Terbuka.
- Newman et.al. 2004 *Checklist of the Zingiberaceae of Malesia*. Blunea Supplemnet 16.
- Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par, CHE., Ratih Pitria Purnamasari, S.ST.Par., MM.Par., Maksum Suparman S.Pd., M.Pd., Dodi Affandi, SS., MM.Par. 2023. Identifikasi Potensi Dan Pengembangan Makanan Dan Minuman Berbahan Dasar Hasil Pertanian Di Kampung Wisata Cisangkal, Dusun Mekarmulya, Desa Bangunkarya, Kecamatan Langkaplayar, Kabupaten Pangandaran. BARISTA; Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata, 2023.
- Sanggramasari, Sandra. Penggunaan Air Fermentasi Strawberry sebagai Natural Starter dalam Pembuatan Soft Roll. Vol. 5 No. 2 (2018): Desember. BARISTA Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata.
- Sugiyono. 2015. Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Bandung: CV.Afabeta.
- Rencana Induk Kepariwisataaan Propinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2025 : Pedoman Desa Wisata 2019.

**Media Elektronik**

16 Manfaat Buah Hoje untuk Kesehatan Tubuh

<https://www.google.com/amp/s/manfaat.co.id/manfaat-buah-honje/amp>  
diakses tanggal 28 Mei 2022

Pengembangan produk (pengertian , Tujuan, Strategi dan Tahapan)

<https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-produk.html>  
diakses tanggal 10 April 2022

EFEKTIVITAS EKSTRAK BUNGA KECOMBRANG ( *Etingera Elatior* )  
SEBAGAI REPELLENT NYAMUK *Aedes Aegypti*

<https://www.neliti.com/publications/14549/efektivitas-ekstrak-bunga-kecombrang-etlingera-elatior-sebagai-repellent-nyamuk>  
diakses tanggal 7 Oktober 2022

Menpar-PBB Kerja Sama Tingkatkan Pariwisata Berkelanjutan

<https://www.suara.com/lifestyle/2016/09/09/150200/menpar-pbb-kerja-sama-tingkatkan-pariwisata-berkelanjutan>  
diakses pada tanggal 10 Mei 2023