

ABSTRACT

CONSUMER PREFERENCE TEST AND COST ANALYSIS ON INSTANT SEASONING SHRIMP

By

ASHA AUNAYA LA ASSQIYA

Vaname shrimp is one of the commodities of fishery products that have high economic value. Diversification of processing shrimp products that have added value will have good prospects in the future and can generate profits. This research were aims to (1) analyze consumer preference test Spiced Instant Shrimp products with variations of spices fluid formulations consisting of salt, sugar, lemon, and ginger and (2) break even point (BEP) on making Spiced Instant Shrimp products . This research used the Randomized Completely Block Design (RAKL) method with 3 repetition. The treatment in this research used 4 levels of lemon concentration and 2 long time dyeing. This research includes the process of making seasoned instant shrimp, sensory testing, and cost analysis. The data were obtained from analyzed statistically using the Barlett and Tukey test, followed by ANOVA test and Orthogonal Polynomial test. The results of this research indicated the most preferred sensory attributes of consumers were taste and texture, followed by the color and aroma with the treatment of lemon vinegar concentration 33.33% and dyeing time for 30 minutes. The most preferred formulation of Spiced Instant Shrimp by consumers was 1.25 gram s of salt, 2.5 grams of sugar, pure ginger powder 1.25 grams, and 7.5 ml lemon vinegar with a duration of dyeing was 30 minutes, and BEP of quantity on spicy instant shrimp products was 123 pieces, and BEP of sales value was Rp. 23,406/pcs for one month period.

Keywords: vaname shrimp, instant shrimp, seasoning shrimp, lemon vinegar

ABSTRAK

UJI KESUKAAN KONSUMEN DAN ANALISIS BIAYA PADA UDANG INSTAN BERBUMBU

Oleh

ASHA AUNAYA LA ASSQIYA

Udang vaname merupakan salah satu komoditas hasil perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Penganekaragaman pengolahan produk udang yang memiliki *value added* akan memiliki prospek yang bagus di masa mendatang dan tentunya menghasilkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesukaan konsumen terhadap karakteristik organoleptik yang meliputi atribut warna, rasa, aroma, tekstur dan penerimaan keseluruhan pada udang instan berbumbu dan mengetahui formulasi cairan bumbu yang paling disukai panelis serta menganalisis *Break Even Point* (BEP) pada pembuatan produk udang instan berbumbu. Metode yang digunakan Rancangan Acak Kelompok Lengkap (RAKL) faktorial dan 3 ulangan. Perlakuan pada penelitian ini menggunakan 4 taraf konsentrasi lemon dan 2 lama waktu pencelupan. Penelitian ini terdiri dari proses pembuatan udang instan berbumbu, uji sensori, dan analisis biaya. Data yang diperoleh dianalisis secara statistik dengan menggunakan uji Barlett dan Tukey lalu dilanjutkan dengan uji ANOVA dan uji Polinomial Ortogonal. Hasil penelitian ini menunjukkan atribut sensori yang paling disukai konsumen adalah atribut rasa dan tekstur diikuti oleh atribut warna dan aroma, dengan perlakuan konsentrasi cuka lemon 33,33% dan waktu pencelupan selama 30 menit, formulasi cairan bumbu produk udang instan berbumbu yang paling disukai konsumen yaitu garam 1,25 gram, gula 2,5 gram, jahe bubuk murni 1,25 gram, dan cuka lemon 7,5 mL dengan waktu lama pencelupan selama 30 menit, *break even point* atas *quantity* pada produk udang instan berbumbu sebesar 123 pcs, dan *break even point* atas nilai penjualan sebesar Rp 23.406/pcs dalam jangka waktu satu bulan.

Kata kunci: udang vaname, udang instan, udang bumbu, cuka lemon