

# **STUDI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KERIPIK TALAS BENENG**

*Sri Mulyati<sup>1</sup>, Nuraeni<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Staf Pengajar Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

<sup>2</sup>Alumni Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

*e-mail : sm200118@gmail.com*

## **ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis preferensi konsumen untuk atribut keripik talas beneng. Atribut yang digunakan adalah warna, rasa, kerenyahan dari jenis keempat keripik talas beneng yaitu original, barbeque, jagung bakar dan balado. Metode yang digunakan adalah survey dengan organoleptik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah Multidimensional Scalling (MDS). Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Multidimensional Scalling menunjukkan bahwa keripik talas beneng dalam jenis asli dan jagung bakar memiliki preferensi yang tinggi dibandingkan dengan jenis lainnya. Keripik dari talas beneng tipe asli memiliki preferensi tinggi untuk rasa dan warna atribut, sedangkan keripik talas beneng taro jenis jagung bakar memiliki preferensi tinggi untuk atribut warna.*

*Kata kunci: preferensi konsumen, atribut, beneng talas.*

## **ABSTRACT**

*The aim of this research is analyze the consumer preference to chips of beneng taro attribute. The attribute used are color, taste, flavor and crispness from the fourth kind of chips beneng taro namely original, barbeque, grilled corn and balado. The method used is survey with organoleptic. Data used in this research are primary data and secondary data. The analysis used is Multidimensional Scalling (MDS). Based on the result by using Multidimensional Scalling analysis showed that the chips of beneng taro in original type and grilled corn has high preference than the other type. The chips of beneng taro in original type has high preference for taste and color attribute, while the chips of beneng taro in grilled corn type has high preference for color attribute.*

*Key words : consumer preference, atribut, beneng taro.*

## 1. PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan hal yang sangat strategis dan penting karena pangan merupakan kebutuhan pokok manusia. Berbagai program pemerintah dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan nasional salah satunya adalah diversifikasi pangan yang dimulai sejak tahun 50-an. Tujuannya untuk meningkatkan ketahanan pangan Nasional sehingga tidak tergantung lagi pada impor khususnya bahan makanan pokok seperti beras dan gandum. Menindaklanjuti hal tersebut maka dikeluarkan Peraturan Presiden nomor 22 tahun 2009 tentang kebijakan percepatan penganekaragaman konsumsi pangan berbasis sumber daya lokal.

Di wilayah Propinsi Banten yaitu di Kelurahan Juhut, Kabupaten Pandeglang, ditemukan tanaman Talas Beneng, Talas tersebut berukuran besar dan berwarna kuning. Talas beneng ini merupakan tanaman lokal yang dapat dijadikan salah satu komoditi bahan pangan pokok di Provinsi Banten selain komoditi beras dan umbi-umbian yang lain.

Talas beneng memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai sumber pangan lokal. Ukurannya yang besar dengan kadar protein yang tinggi serta warna kuning yang menarik adalah kelebihan yang dimiliki talas beneng yang menjadi ciri khas dan tidak dimiliki talas

jenis lain. Walaupun kadar oksalatnya tinggi, dengan perlakuan perendaman dalam garam dapat menurunkan kadar oksalat.

Produk olahan dari talas beneng dapat menjadi salah satu alternatif industri rumah tangga. Salah satu produk yang akan dikembangkan sebagai industri rumah tangga adalah keripik talas beneng. Produk keripik talas beneng dapat menjadi alternatif makanan selingan sekaligus makanan khas Banten. Selama ini masyarakat telah membuat keripik talas beneng, perbaikan mutu diutamakan untuk mengurangi rasa gatal pada talas atau oksalat dalam produk keripik dan pengemasan produk (Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Banten, 2011).

Pengolahan talas menjadi produk gorengan dapat disebut keripik. Keripik merupakan makanan ringan yang tergolong jenis makanan *crackers*, yaitu makanan yang bersifat kering dan renyah. Keripik dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk mengawetkan serta dapat memberikan nilai tambah dari talas. Talas yang telah diolah menjadi keripik dapat memiliki kelebihan, diantaranya adalah waktu simpan produk menjadi lebih lama karena kadar airnya berkurang, berat kering produk menjadi lebih ringan sehingga lebih mudah dalam pendistribusian, lebih praktis dikonsumsi secara langsung dan memiliki nilai

ekonomi yang tinggi. Namun ada kekurangan yang dimiliki talas beneng yaitu adanya rasa gatal yang sangat mengganggu pada tenggorokan akibat kandungan zat tertentu pada talas. Zat tersebut adalah oksalat yang berbentuk jarum (Kurdi, 2002).

Untuk mengurangi rasa gatal pada produk keripik, petani dikenalkan dengan proses pencucian yang lama dengan perendaman dalam larutan garam.

Perbaikan pengemasan produk dapat meningkatkan citra dan harga jual produk. Pengemasan produk tidak lagi menggunakan plastik biasa yang tipis, tetapi menggunakan kemasan plastik PP 0.8 dengan menggunakan label. Keripik talas beneng juga dapat dikemas dalam plastik aluminium foil yang berkesan lebih eksklusif. Untuk keperluan menengah ke atas, keripik talas beneng dikemas dalam kaleng komposit (Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Banten, 2011).

Saat ini, keripik talas beneng produksinya belum kontinyu masih tergantung pesanan. Keripik talas beneng belum terlihat dijual di pasaran sehingga belum memasyarakat. Hal ini diduga karena belum adanya pengetahuan yang memadai tentang tingkat kesukaan konsumen terhadap keripik talas beneng atau memang masyarakat tidak menyukainya karena image talas beneng yang terasa gatal ditenggorokkan saat

dimakan. Studi tentang preferensi konsumen terhadap keripik talas beneng perlu dilakukan untuk memperkenalkan dan mengembangkan produk ini kepada masyarakat umum. Preferensi konsumen mengukur tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

Hasil penelitian terdahulu dengan uji organoleptik, menunjukkan talas beneng yang telah direndam dalam asam sitrat dengan konsentrasi 0,15% dengan lama perendaman 40 menit memiliki kadar oksalat yang rendah yaitu sebesar 0,43%. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa asam sitrat dapat mereduksi oksalat pada talas beneng. Dan tingkat kesukaan talas beneng berdasarkan warna memiliki nilai 3,43, aroma memiliki nilai 3,1, rasa memiliki nilai 3,24, kerenyahan memiliki nilai 3,53, dan penerimaan keseluruhan memiliki nilai 3,53, dimana hasil tersebut menunjukkan tingkat kesukaan yang berada pada range agak suka (Anggraini, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang Studi Preferensi Konsumen Terhadap Keripik Talas Beneng. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap keripik talas beneng.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam

penelitian ini adalah metode survey. Pengertian survey dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan demikian, penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995). Metode survey yang digunakan dalam penelitian ini memiliki beberapa kelebihan, antara lain mudah dikelola dan data yang diperoleh dapat dipercaya (Maholtra, 2005).

Lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*) yaitu Alun-alun Kota Serang, dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut dapat mewakili kelompok masyarakat yang sesuai dengan kriteria penelitian yaitu anak-anak, remaja, dan dewasa. Selain itu Alun-alun Kota Serang merupakan pusat kota sehingga keripik talas beneng akan lebih mudah untuk memiliki pangsa pasar yang lebih luas nantinya. Objek dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen terhadap keripik talas beneng.

Metode penentuan panelis (responden yang mencicipi keripik talas beneng) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* berupa *convenience sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu sampel yang dipilih oleh peneliti adalah siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria penelitian. Konsumen yang digunakan sebagai panelis (responden yang mencicipi keripik talas beneng) dalam penelitian ini adalah anak-anak sampai dewasa. Penentuan jumlah panelis dilakukan dengan menggunakan teori dari Roscoe (1975) dalam Rahayu (2005), yang memberikan panduan untuk menentukan ukuran sampel minimal 10 kali atau lebih dari jumlah faktor yang digunakan dalam penelitian. Faktor yang dimaksud dalam penelitian ini adalah atribut. Roscoe juga berpendapat bahwa pada setiap penelitian, ukuran sampel harus berkisar antara 30 sampai 500. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berkunjung ke Alun-Alun Kota Serang pada hari Sabtu dan Minggu. Penentuan jumlah sampel didapat dari jumlah atribut dikali 10 yaitu  $4 \times 10 = 40$  orang panelis, namun panelis yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang panelis.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pemberian kuesioner (angket) langsung kepada panelis. Kuisoner terdiri

dari lembaran berisi identitas panelis, pertanyaan-pertanyaan tentang preferensi konsumen terhadap keripik talas beneng dan lembar pengujian deskripsi dan hedonik (kesukaan).

Dalam lembar pertanyaan pada kuesioner, pertanyaan yang diajukan adalah jenis pertanyaan tertutup, dimana panelis diberikan alternatif jawaban yang tersedia dan hanya diperbolehkan memilih satu jawaban dari beberapa jawaban yang tersedia. Dalam lembar pengujian hedonik, panelis diminta untuk melakukan uji organoleptik dengan cara mencicipi keripik talas beneng kemudian memberikan penilaiannya terhadap keempat jenis keripik talas beneng yaitu original, barbeque, jagung bakar, dan balado.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji hedonik (kesukaan) untuk mengetahui kesukaan konsumen terhadap karakteristik organoleptiknya yaitu warna, rasa, aroma, dan kerenyahan. Uji hedonik yang dilakukan adalah penilaian terhadap keempat jenis keripik talas beneng yaitu original, barbeque, jagung bakar, dan balado berdasarkan warna, rasa, aroma, dan kerenyahan.

Uji hedonik ini diukur dengan menggunakan Skala Likert. Skala ini terdiri atas sejumlah pertanyaan yang semuanya menunjukkan sikap terhadap objek tertentu atau menunjukkan ciri

tertentu yang akan diukur. Dalam penelitian ini objeknya adalah atribut dari keripik talas beneng. Pengujian dilakukan dengan memberikan penilaian pada lima tingkat skala hedonik, dimulai dari 1= sangat tidak suka, 2= tidak suka, 3= agak suka, 4= suka, 5= sangat suka.

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan program Microsoft Excel dan SPSS 15.0. Data tentang karakteristik responden ditampilkan dalam bentuk tabulasi deskriptif dengan menggunakan Microsoft Excel, sedangkan untuk mengetahui preferensi konsumen digunakan peta geometri (spasial map) yang diperoleh dengan metode multidimensional scalling (MDS) melalui program SPSS 15.0.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakteristik Responden**

Responden yang terlibat dalam penelitian adalah sebanyak 50 orang, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 28 orang (56%) dan sisanya sebanyak 22 orang (44%) berjenis kelamin perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden didominasi oleh usia remaja yaitu kelompok usia 15 – 19 tahun sebanyak 13 orang (26%), kemudian diikuti oleh kelompok usia 5 – 9 tahun sebanyak 7 orang (14%), kelompok usia 10 – 14

sebanyak 7 orang (14%), kelompok usia 20 -24 sebanyak 6 orang (12%), kelompok usia 30 -34 sebanyak 6 orang (12%), kelompok usia 35 – 39 sebanyak 3 orang (6%), kelompok usia 40 – 44 sebanyak 3 orang (6%), kelompok usia 25 -29 sebanyak 2 orang (4%), kelompok usia 45 – 49 sebanyak 2 orang (4%), dan kelompok usia > 54 sebanyak 1 orang (2%).

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan menunjukkan bahwa responden didominasi oleh responden tingkat pendidikan SLTA sebanyak 18 orang (36%), SD sebanyak 13 orang (26%), Perguruan Tinggi sebanyak 10 orang (20%), dan SLTP sebanyak 9 orang (18%).

### **Analisis Multidimensional Scalling**

Multidimensional Scalling merupakan sekelompok prosedur untuk menggambarkan persepsi dan preferensi responden secara visual sebagai hubungan geometris antara beberapa hal dalam suatu ruang multidimensi. Dalam riset pemasaran, analisis multidimensional scalling digunakan untuk mengetahui persepsi dan preferensi konsumen terhadap beberapa produk dan hubungan antara atribut-atribut produk (Rangkuti, 2005). Multidimensional Scalling merupakan teknik yang dapat digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai preferensi. Preferensi merupakan sikap

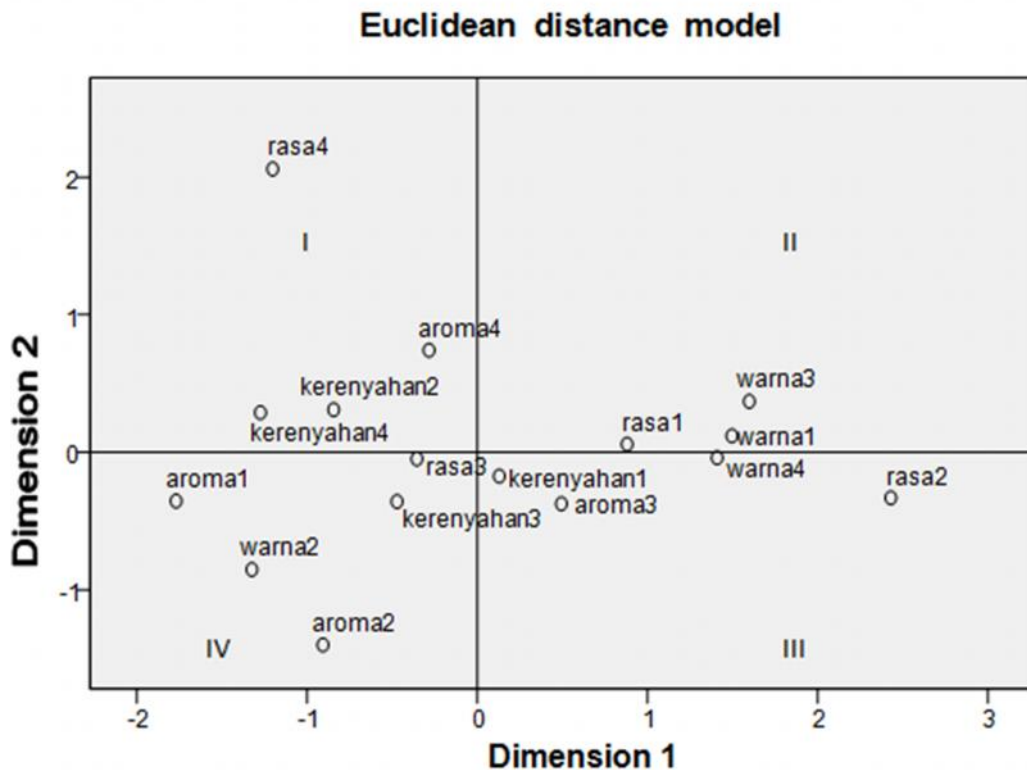
konsumen dalam memilih suatu produk yang lebih disukainya.

Dalam penelitian ini digunakan perceptual map atau spasial map (peta geometri) untuk memperoleh gambaran preferensi konsumen (panelis) terhadap berbagai jenis keripik talas beneng yang dilihat berdasarkan atribut dari masing-masing jenis produk. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah warna, rasa, aroma, dan kerenyahan.

Jenis produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah keripik talas beneng dengan berbagai jenis yaitu original, barbeque, jagung bakar, dan balado. Penelitian ini dilakukan dengan cara meminta 50 orang panelis untuk mencicipi keempat jenis perasa keripik talas beneng dan menilai tingkat kesukaannya berdasarkan atribut yang telah ditentukan.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dengan analisis Multidimensional Scalling dihasilkan nilai RSQ sebesar 0,91 yang hampir mendekati 1, ini menyatakan bahwa model MDS yang terbentuk sangat baik. Selain itu didapatkan nilai stress sebesar 0,13 atau 13%, hal ini berarti peta yang terbentuk dapat menerangkan data sebenarnya sebesar 87%. Gambar perceptual map atau spasial map pada berbagai jenis produk keripik talas beneng dapat dilihat pada Gambar 2.

## Derived Stimulus Configuration



Keterangan :

- Angka 1 menunjukkan produk keripik talas beneng jenis original
- Angka 2 menunjukkan produk keripik talas beneng jenis *barbeque*
- Angka 3 menunjukkan produk keripik talas beneng jenis jagung bakar
- Angka 4 menunjukkan produk keripik talas beneng jenis balado

### Analisis Persepsi Konsumen

Berdasarkan *Perceptual Map* diatas, terdapat empat kuadran dengan sebaran atribut yang berbeda-beda yang menunjukkan hubungan antar atribut.

Titik-titik yang berada dalam satu kuadran yang sama diartikan memiliki kesamaan atau tidak memiliki perbedaan yang berarti. Kuadran yang memiliki nilai positif dianggap disukai bagi panelis seperti Kuadran II, sebaliknya kuadran yang memiliki nilai negatif dianggap tidak disukai bagi konsumen seperti Kuadran IV. Sedangkan untuk kuadran yang bernilai positif dan negatif seperti Kuadran I dan Kuadran III dianggap relatif disukai meskipun masih memiliki kekurangan.

Hasil analisis berdasarkan *Perceptual Map* diatas, menunjukkan bahwa warna keripik talas beneng jenis original dan jenis

jagung bakar memiliki kesamaan atau tidak memiliki perbedaan yang berarti karena terletak pada kuadran yang sama yaitu Kuadran II, tetapi memiliki perbedaan yang berarti dengan warna keripik talas beneng jenis balado dan *barbeque* karena berada pada kuadran yang berbeda. Warna keripik talas beneng jenis balado terletak pada Kuadran III dan warna keripik talas beneng jenis *barbeque* yang berada pada Kuadran IV.

Untuk atribut rasa, keempat jenis keripik talas beneng dinilai memiliki perbedaan yang berarti karena terletak pada kuadran yang berbeda. Rasa keripik talas beneng jenis balado terletak pada Kuadran I, rasa keripik talas beneng jenis original terletak pada Kuadran II, rasa keripik talas beneng jenis *barbeque* terletak pada Kuadran III, sedangkan rasa keripik talas beneng jenis jagung bakar terletak pada Kuadran IV.

Untuk atribut aroma, keripik talas beneng jenis original dan *barbeque* memiliki kesamaan atau tidak memiliki perbedaan yang berarti karena terletak pada kuadran yang sama yaitu Kuadran IV, tetapi memiliki perbedaan dengan aroma keripik talas beneng jenis jagung bakar dan balado karena terletak pada kuadran yang berbeda dan letaknya berjauhan. Aroma keripik talas beneng jenis jagung bakar terletak pada Kuadran III dan aroma

keripik talas beneng jenis balado terletak pada Kuadran I.

Untuk atribut kerenyahan, keripik talas beneng jenis *barbeque* dan balado memiliki kesamaan atau tidak memiliki perbedaan yang berarti karena terletak pada kuadran yang sama yaitu Kuadran I, tetapi memiliki perbedaan dengan kerenyahan keripik talas beneng jenis original dan jagung bakar karena terletak pada kuadran yang berbeda dan letaknya berjauhan. Kerenyahan keripik talas beneng jenis original terletak pada Kuadran III dan kerenyahan keripik talas beneng jenis jagung bakar terletak pada kuadran IV.

### **Analisis Preferensi Konsumen**

Pada Kuadran I, dimensi 1 bernilai negatif sedangkan dimensi 2 bernilai positif. Posisi dalam kuadran ini ditempati oleh keripik talas beneng jenis balado dan *barbeque*. Posisi ini diartikan bahwa keripik talas beneng jenis balado mempunyai preferensi yang relatif tinggi untuk atribut rasa, aroma, dan kerenyahan, sedangkan keripik talas beneng jenis *barbeque* mempunyai preferensi yang relatif tinggi untuk atribut kerenyahan.

Pada Kuadran II, dimensi 1 bernilai positif dan dimensi 2 juga bernilai positif. Posisi dalam kuadran ini ditempati oleh keripik talas beneng jenis original dan jagung bakar. Posisi ini diartikan bahwa



keripik talas beneng jenis original mempunyai preferensi yang tinggi untuk atribut rasa dan warna, sedangkan keripik talas beneng jenis jagung bakar mempunyai preferensi yang tinggi untuk atribut warna.

Pada Kuadran III, dimensi 1 bernilai positif dan dimensi 2 bernilai negatif. Posisi dalam kuadran ini ditempati oleh keripik talas beneng jenis *barbeque*, balado, jagung bakar, dan original. Posisi ini diartikan bahwa keripik talas beneng jenis *barbeque* mempunyai preferensi yang relatif tinggi untuk atribut rasa. Keripik talas beneng jenis balado mempunyai preferensi yang relatif tinggi untuk atribut warna. Keripik talas beneng jenis jagung bakar mempunyai preferensi yang relatif tinggi untuk atribut aroma, sedangkan keripik talas beneng jenis original mempunyai preferensi yang relatif tinggi untuk atribut kerenyahan.

Pada Kuadran IV, dimensi 1 bernilai negatif dan dimensi 2 juga bernilai negatif. Posisi dalam kuadran ini ditempati oleh keripik talas beneng jenis original, *barbeque*, dan jagung bakar. Posisi ini diartikan bahwa keripik talas beneng jenis original mempunyai preferensi yang rendah untuk atribut aroma. Keripik talas beneng jenis *barbeque* mempunyai preferensi yang rendah untuk atribut warna dan aroma, sedangkan keripik talas beneng jenis jagung bakar mempunyai preferensi

yang rendah untuk atribut rasa dan kerenyahan.

## **Pembahasan**

Hasil analisis preferensi konsumen menyatakan bahwa warna keripik jenis original dan jagung bakar memiliki preferensi yang tinggi. Warna keripik talas beneng yang kuning menjadi salah satu ciri khas yang membedakan talas beneng dengan talas lainnya, sehingga warna keripik jenis original dan jagung bakar memiliki preferensi yang tinggi. Berbeda dengan warna keripik jenis *barbeque* memiliki preferensi yang rendah. Hal ini diduga karena keripik jenis *barbeque* memiliki warna yang pucat sehingga warna yang dihasilkan menjadi tidak menarik. Menurut Winarno (1992) salah satu unsur sensoris yang paling penting untuk produk pangan adalah warna. Jika warnanya tidak sesuai dengan warna bahan makanan atau tidak sedap dipandang, maka makanan tersebut kurang diminati meskipun aroma, rasa dan teksturnya menarik.

Rasa keripik jenis original memiliki preferensi yang tinggi dan rasa jenis jagung bakar memiliki preferensi yang rendah. Hal ini diduga karena panelis menilai rasa talas beneng dari keripik jenis jagung bakar tertutup oleh rasa jagung sehingga preferensinya rendah. Untuk rasa keripik jenis original panelis menilai

keripik jenis original lebih aman untuk dikonsumsi dengan tidak adanya bahan tambahan makanan. Sama halnya seperti yang dikatakan Winarno dan Sulistyowati (1994) yang menyatakan bahwa penggunaan bahan makanan tambahan dapat menimbulkan gangguan kesehatan walaupun kadar yang terkandung di dalam makanan atau minuman dalam jumlah yang sangat rendah. Pemakaian bahan tambahan makanan walaupun mempunyai dampak positif bagi produsen dan konsumen, diantaranya dapat membuat suatu makanan lebih menarik, meratakan warna makanan, dan mengembalikan warna dari bahan dasar yang hilang atau berubah selama pengolahan, ternyata dapat pula menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan dan bahkan mungkin memberi dampak negatif terhadap kesehatan konsumen.

Atribut aroma, hasil analisis preferensi konsumen menyatakan bahwa aroma keripik jenis original dan *barbeque* memiliki preferensi yang rendah. Hal ini disebabkan karena talas beneng itu sendiri tidak memiliki aroma yang kuat dan tidak ada penambahan penyedap rasa atau bumbu-bumbu pada keripik jenis original. Meski ada penambahan bumbu pada keripik jenis *barbeque*, namun aromanya memiliki preferensi yang rendah. Hal ini diduga karena bumbu yang digunakan tidak mengeluarkan aroma yang kuat.

Atribut kerenyahan, keripik jenis jagung bakar memiliki preferensi yang rendah. Kerenyahan dari keempat jenis keripik beneng tersebut pada umumnya tidak berbeda jauh, hanya saja selama proses pengujian berlangsung keripik jenis jagung bakar memiliki ketebalan yang lebih besar sehingga tidak renyah. Perbedaan kerenyahan pada keempat jenis keripik dipengaruhi oleh keragaman ketebalan dari talas beneng yang digunakan sebagai bahan baku akibat proses pengolahan. Dalam proses pengolahannya, talas beneng diiris secara manual yang mengakibatkan ketebalan dari talas beneng itu berbeda-beda.

#### **4. SIMPULAN**

##### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keripik talas beneng jenis original dan jagung bakar mempunyai preferensi yang tinggi dibandingkan dengan keripik talas beneng jenis lainnya. Keripik talas beneng jenis original mempunyai preferensi yang tinggi untuk atribut rasa dan warna, sedangkan keripik talas beneng jenis jagung bakar mempunyai preferensi yang tinggi untuk atribut warna.

##### **Saran**

1. Atribut yang mempunyai preferensi tinggi dari keripik talas beneng jenis

original dan jagung bakar seperti rasa dan warna dari jenis original maupun warna dari jenis jagung bakar sebaiknya dipertahankan agar dapat bersaing dipasaran.

2. Atribut yang mempunyai preferensi rendah dari keripik talas beneng jenis original dan jagung bakar, seperti aroma dari jenis original maupun kerenyahan dan rasa dari jenis jagung bakar sebaiknya ditingkatkan kualitasnya dengan cara proses pengolahan keripik talas beneng yang lebih baik dengan menggunakan mesin agar ketebalan dari keripik menghasilkan keripik talas beneng yang kerenyahannya seragam dan dapat disukai.
3. Perlu dilakukan sosialisasi mengenai keberadaan talas beneng dan produk olahannya.
4. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan perbandingan antara keripik talas beneng dengan

keripik lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Y. 2012. *Konsentrasi Asam Sitrat dan Lama Perendaman Terhadap Karakteristik Sensori Keripik Talas (Xanthosoma undipes k.koch) Lokal Banten*. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. 2010. *Banten Kembangkan Talas Beneng sebagai Potensi Pangan Lokal*.  
<http://www.banten.litbang.deptan.go.id>. (11 Mei 2012).
- \_\_\_\_\_. 2011. *Talas Beneng Banten Alternatif Pengganti Beras*.  
<http://www.banten.litbang.deptan.go.id>. (11 Mei 2012)
- Kurdi, Wahdat. 2002. *Reduksi Kalsium Oksalat Pada Talas Bogor (Colocasia esculenta Lschott) Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Keripik Talas*. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Rahayu, Sri. 2005. *Aplikasi SPSS versi 12 dalam Riset Pemasaran*. Bandung : Alfabetha.
- Winarno, FG. 1992. *Kimia dan Gizi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.