

**INOVASI CANAPE TERHADAP PERSEPSI RASA  
DI PO HOTEL SEMARANG**

---

***CANAPE INNOVATION ON TASTE PERCEPTION  
AT PO HOTEL SEMARANG***



**TUGAS AKHIR S1**

**Oleh :**

**Natania Olivia Katminto**

**20.I2.0015**

**KONSENTRASI *NUTRITION AND CULINARY TECHNOLOGY*  
PROGRAM STUDI SARJANA TEKNOLOGI PANGAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**INOVASI CANAPE TERHADAP PERSEPSI RASA  
DI PO HOTEL SEMARANG**

---

***CANAPE INNOVATION ON TASTE PERCEPTION  
AT PO HOTEL SEMARANG***



**TUGAS AKHIR S1**

Diajukan untuk  
memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan

Oleh :  
Natania Olivia Katminto  
20.I2.0015

**KONSENTRASI *NUTRITION AND CULINARY TECHNOLOGY*  
PROGRAM STUDI SARJANA TEKNOLOGI PANGAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2024**

## RINGKASAN

Canape adalah salah satu dari jenis *appetizer* yang disajikan dalam ukuran *bite-sized* atau sekali suap. *Appetizer* atau makanan pembuka berfungsi untuk membangkitkan selera makan dari konsumen sebelum mengonsumsi makanan utama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti inovasi menu dari canape yang telah dibuat serta mengetahui fungsi setiap bahan-bahan yang digunakan yang dapat mempengaruhi indera perasa dari konsumen. Metode penelitian yang penulis lakukan adalah dengan melakukan magang selama 3 bulan di Po Hotel Semarang. Penulis belajar untuk mengembangkan bahan-bahan yang tersedia pada Po Hotel menjadi produk yang inovatif. Canape yang dibuat menggunakan bahan dasar kyuri yang digabungkan dengan tomat ceri, *cream cheese*, dan sambal kandas serai yang berasal dari Kalimantan Tengah serta disajikan dengan cara yang lebih *modern*. Penelitian ini akan melakukan evaluasi rasa dari inovasi canape dengan uji sensori. Uji sensori berupa uji hedonik dengan melibatkan tiga puluh orang panelis. Panelis akan memberikan penilaian terhadap rasa, aroma, tekstur, penampilan dan warna dari canape. Penilaian dapat diketahui melalui panelis mengisi form penilaian. Panelis menilai produk berdasarkan tingkat kesukaan dengan menggunakan nilai 1-5 yaitu 1 (sangat tidak suka), 2 (tidak suka), 3 (cukup suka), 4 (suka), 5 (sangat suka). Data yang didapat merupakan data kualitatif yang akan diolah menggunakan analisis univariate untuk uji hedonik yang dilakukan kemudian data tersebut dianalisis secara deskriptif. Data tertinggi yang dihasilkan setiap indikator didapatkan terdapat responden sebanyak 66.67% menyatakan sangat suka terhadap aroma, 46.67% menyatakan suka dan 46.67% menyatakan sangat suka terhadap rasa, 86.67% menyatakan suka terhadap tampilan, dan 63.33% menyatakan suka terhadap warna dan 63.33% menyatakan sangat suka terhadap tekstur dari inovasi canape.

## SUMMARY

*Canape is a type of appetizer that is served in bite-sized sizes or in one bite. Appetizers function to arouse consumers' appetite before consuming the main meal. The aim of this research is to examine menu innovations from canapes that have been made and to find out the function of each ingredient used which can influence consumers' sense of taste. The research method that the author used was to undertake an internship for 3 months at the Po Hotel Semarang. The author learned to develop the materials available at the Po Hotel into innovative products. Canapes are made using the basic ingredients of kyuri combined with cherry tomatoes, cream cheese, and sambal kandas serai originating from Central Kalimantan and served in a more modern way. This research will evaluate the taste of canape innovations using sensory tests. The sensory test was a hedonic test involving 30 panelists. Panelists will assess the taste, aroma, texture, appearance and color of the canapes. The assessment can be known by the panelists filling out the assessment form. Panelists rate products based on their level of liking using a score of 1-5, namely 1 (dislike very much), 2 (don't like it), 3 (quite like it), 4 (like it), 5 (like it very much). The data obtained is qualitative data which will be processed using univariate analysis for hedonic tests which will then be analyzed descriptively. The highest data produced by each indicator was found to be that 66.67% of respondents said they really liked the aroma, 46.67% said they liked it and 46.67% said they really liked the taste, 86.67% said they liked the appearance, and 63.33% said they liked the color and 63.33% said they really liked it. love the texture of the canape innovation.*