

---

## PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP WINE SALAK BALIWEIN

Putu Mira Astuti Pranadewi

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali  
Jl. Dharmawangsa Kampial, Nusa Dua Bali, Indonesia

[mira.pranadewi@gmail.com](mailto:mira.pranadewi@gmail.com)

---

Received: Februari, 2020

Accepted: Maret, 2020

Published: Maret, 2020

---

### Abstract

*Salacca wine Baliwein is produced in a large quantity, but not many local people or foreign tourists know about this wine. Based on this condition, it is considered necessary to conduct a more in-depth study of the consumer perception of salacca wine so the result of this study can contribute to the development of this product. The objective of this research was to determine the perception of consumer toward Salacca Wine Baliween. The research question to this study is how is the perception of the consumer toward Salacca Wine Baliwein. This Study uses 50 respondents from the customer who tasted the wine before. This Study Uses 6 indicators (sweetness, fruity flavor, acidity, tannin, alcohol, length or finish). The analysis used in this study is quantitative method. The analysis show that the consumer's perception toward Salacca Wine Baliwein is 3,41 with good category. The highest index of perception is indicator acidity and length or finish (4,37 with good category) and the lowest index is indicator sweetness (1.04 with not very good category).*

**Keywords:** consumer perception, local beverage, salacca wine

### Abstrak

*Salak Baliwein diproduksi dalam jumlah besar, namun belum banyak masyarakat lokal maupun turis mancanegara yang mengetahui tentang wine ini. Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam tentang persepsi konsumen terhadap wine salak agar hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Wine Salak Baliween. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen terhadap Wine Salak Baliwein. Penelitian ini menggunakan 50 responden dari pelanggan yang pernah mencicipi wine sebelumnya. Studi ini menggunakan 6 indikator (rasa manis, rasa buah, keasaman, tanin, alkohol, panjang atau akhir). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap Wine Salak Baliwein sebesar 3,41 dengan kategori baik. Indeks persepsi tertinggi adalah indikator keasaman dan panjang atau selesai (4,37 dengan kategori baik) dan indeks terendah adalah indikator manis (1,04 dengan kategori tidak sangat baik).*

**Kata Kunci:** persepsiKonsumen, minuman lokal, wine salak

## 1. PENDAHULUAN

Minuman adalah salah satu produk yang banyak dijual di restoran dan bar. Minuman dapat di klarifikasikan menjadi dua pokok yaitu minuman tanpa alcohol (non alcoholic beverage) dan minuman beralkohol (alcoholic beverage). Minuman beralkohol (alcoholic beverage) yang sangat lazim kita dengar di komunitas masyarakat saat ini terutama di dunia Hospitality Industry adalah minuman anggur (wine), istilah wine tentunya sangat akrab dengan bangsa Eropa dan Amerika yang memiliki nilai sejarah yang sangat panjang. Keseimbangan alami yang terkandung pada buah anggur, menyebabkan buah tersebut dapat difermentasi tanpa penambahan gula, asam, enzim, ataupun nutrisi lain. Minuman anggur atau wine pada dasarnya merupakan hasil fermentasi buah-buahan. Wine dihasilkan dari peragian sari buah anggur kemudian melalui proses pemerasan atau proses fermentasi selama beberapa tahun lamanya untuk menghasilkan anggur yang matang dan mempunyai kadar alkohol antara 8-14%.

Wine juga dapat terbuat dari bahan dasar selain anggur, seperti buah-buahan yang disebut dengan fruit wine. Selain fruit wine, beberapa wine juga memiliki tambahan rasa yang diambil dari bunga dan rempah-rempah. Adapun beberapa contoh fruit wine yang diproduksi dari berbagai macam buah, yaitu fruit wine yang berasal dari buah salak dari Bali, fruit wine yang berasal dari buah pisang dari Phillipina, fruit wine yang berasal dari buah apricot dari India, serta fruit wine yang berasal dari buah blueberry dari Italy. Buah salak yang banyak terdapat di Bali dikembangkan menjadi suatu produk yang unik dan terkesan baru yaitu menjadi produk minuman yaitu wine salak. Buah salak yang banyak terdapat di Bali, pada masa panen harganya sangatlah murah. Di daerah Karangasem sendiri memiliki kurang lebih 8 juta pohon salak yang mampu menghasilkan 6 ton/hektar Selain itu,

salak memiliki karakter yang sedikit berbeda dibandingkan dengan buah lainnya, dimana buah salak tidak dapat bertahan lama. Sehingga saat panen, harga salak ini menjadi sangat murah sampai mencapai harga 5000 per kg.

Oleh karena hal tersebut diatas, untuk meningkatkan harga salak yang dihasilkan oleh petani lokal, maka diolahlah salak terbut menjadi makanan dan minuman. Produk alternative tersebut diantaranya kopi salak, kripik salak, dodol salak, manisan salak, wine salak dan masih banyak lagi. Di Bali, terdapat beberapa tempat yang mengembangkan fruit wine local yang berbahan dasar buah salak, salah satunya di Kabupaten Tabanan yaitu CV Kayu Batu dengan merek Baliwein. Wine salak Baliwein adalah hasil fermentasi buah salak dengan kadar alkohol 11-13%. Wine salak ini bahan dasarnya dari salak Karangasem dengan jenis parietas ambonensis (Salacca Zalacca Var. ambonensis), karena salak dari Karangasem memiliki ciri khas sendiri yaitu kandungan airnya banyak, perpaduan manis dan asam di kandungan salak Karangasem cocok untuk dibuat wine. Rasa yang manis dipadukan dengan rasa sepat dan asam membuat wine ini memiliki cita rasa tersendiri dengan aroma buah salak yang khas. Bahan baku wine salak Baliwein ini cukup melimpah, khususnya buah salak yang digunakan untuk pembuatan wine salak, ini dikarenakan hampir seluruh petani yang berada di Desa Sibetan berprofesi sebagai petani salak. Dengan demikian jumlah fruit wine yang produksi oleh CV Kayu Batu yaitu wine salak lebih banyak daripada fruit wine yang lain. Dengan jumlah produksi yang banyak sekitar 2000 botol per tahun, masyarakat lokal ataupun wisatawan asing masih banyak yang tidak mengetahui tentang wine ini. Maka dari itu dibutuhkan persepsi untuk menilai baik atau buruknya produk wine ini dengan cara melihat ataupun menikmati produk dengan tujuan untuk

mendapatkan informasi baik mengenai wine salak Baliwein ini. Berdasarkan identifikasi masalah diatas, yang menjadi rumusan permasalahan pada penulisan tugas akhir ini adalah "Bagaimanakah Persepsi Konsumen Terhadap Wine Salak Baliwein?". Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap wine salak Baliwein.

## 2. METODE

Objek yang menjadi penelitian ini adalah kualitas rasa dari minuman wine salak Baliwein dengan enam indikator yaitu Fruity, Alcohol, Sweetness, Tannin, Body (Joseph & Rand, 2000:80) dan indikator length atau finish (Hartley, 2017:78). Keenam indikator penilaian wine dinilai dengan 5 kategori penilaian (skala likert) yaitu dari range 1 (sangat tidak baik) sampai 5 (sangat baik). Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang telah mencicipi wine salak Baliwein. Kuesioner disebar dengan menggunakan google form dan hard copy dari bulan Agustus sampai Oktober 2019.

## 3. TINJAUAN PUSTAKA

Swami & Divate (2014) mengulas potensi produksi wine dari berbagai buah-buahan. Perkembangan terkini tentang produksi anggur dari berbagai buah tropis dan subtropis seperti mangga, pisang, dan sari apel. Penelitian menemukan bahwa buah-buahan baik segar maupun dalam bentuk olahan tidak hanya meningkatkan kualitas tetapi juga menyediakan bahan-bahan penting seperti vitamin, mineral, karbohidrat dll. Umesh B (2014) mengulas bahwa pembuatan wine dari buah-buahan matang atau sari buahnya dianggap sebagai sebuah alternatif untuk memanfaatkan kelebihan buah-buahan untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi para penanam buah. Ulasan ini merangkum pengetahuan terkini tentang penggunaan buah-

buah selain anggur untuk pembuatan wine dan menguraikan sifat-sifatnya; terutama kualitas, konsumsi, nutrisi, evaluasi sensorik dan manfaat kesehatan. Oleh karena itu, produksi dan komersialisasi fruit wine non-anggur merupakan dasar untuk standarisasi teknologi untuk mengurangi kerugian pasca panen dan berkontribusi pada ekonomi industri wine yang ada.

Tika (2016) melakukan beberapa eksperimen untuk meningkatkan kualitas wine salak yang telah diproduksi oleh CV Dukuh Lestari dengan menggunakan beberapa bahan ragi dan metode yang sedikit berbeda. Hasilnya adalah kualitasnya menjadi lebih baik, sehingga metode an bahan ini direkomendasikan untuk digunakan. Ogodo AC at all (2018) mereview produksi dan evaluasi wine buah dari mangifera indica (mango). Penelitian tersebut membahas tentang kemungkinan pembuatan wine buah dari buah mangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wine buah yang dapat diterima dapat dihasilkan dari buah mangga yang dapat membantu kerugian pasca panen.

Menurut Joseph & Rand (2000:80) menyebutkan terdapat 6 karakter dasar dalam menilai rasa dasar sebuah wine, yaitu a) Fruit yang diartikan bahwa setiap jenis wine memiliki rasa buah, baik itu rasa yang sangat dominan atau sedikit. Terkadang memiliki rasa buah yang juice, fresh dan simple, setidaknya hanya satu jenis buah, namun umumnya rasa yang lebih kompleks sebagai campuran beberapa jenis buah sekaligus, b) Alkohol yang merupakan hasil proses fermentasi dimana ragi bereaksi terhadap gula yang terkandung dalam juice anggur. Kadar alkohol membantu menentukan karakter dari body wine itu sendiri. c) Acidity yaitu bahwa setiap jenis wine harus memiliki acidity atau tingkat keasaman, entah untuk rasa ataupun sebagai bahan pengawet alami. Tingkat keasaman membuat wine terasa lebih fresh dan menghindari rasa bosan atau jemu. Kadar acidity memberikan

keseimbangan rasa terhadap wine, semakin tinggi kadar alcohol dan banyak kadar gula maka diperlukan kadar acidity yang lebih untuk memberikan keseimbangan rasa. Namun acidity harus memiliki rasa asam yang menonjol, d) Sweetness bahwa secara umum, ragi akan bereaksi terhadap gula dalam juice anggur dalam proses fermentasi yang akan menghasilkan alcohol. Namun ketika alcohol mencapai pada tingkat tertentu, ragi akan mati. Karena ragi tidak dapat bertahan hidup dalam media yang sangat alcoholic. Ketika ragi mati, maka kadar gula buah yang tersisa karena tidak difermentasikan (unfermented sugar) menjadi standar apakah wine dapat dikatakan dry atau sweet. Wine secara teknis tergolong dry ketika residu gula mencapai kadar 10 gram per liter. Medium dry pada kadar 10-20 gram per liter, sedangkan sweet wine ketika mengandung 20-30 gram per liter atau lebih, e) Tannin atau rasa sepat hanya dapat dirasakan pada red wine, warna dari red wine itu sendiri merupakan tipe kadar tannin yang terkandung. Tannin umumnya terdapat pada kulit buah, namun juga terdapat pada biji dan tangkai buah. Juga terdapat beberapa jenis anggur yang secara natural mengandung tannin didalamnya lebih banyak dari jenis anggur lainnya. Semakin lama kulit buah dan juice bergabung dalam proses maceration, semakin tinggi kadar tannin yang akan terkandung, f) Body yang disebut juga dengan flavor atau aroma adalah kepekatan bau yang spesifik atau khas dari wine tersebut.

Menurut Hartley (2017: 78) menjelaskan langkah-langkah dasar dalam menilai rasa dasar suatu anggur, yaitu a) Rasa Manis atau sweetness. Rasa manis tergantung dari kadar gula pada wine, gula utama pada wine adalah glucose dan fructose, Rasa manis juga bisa terdapat dari wine yang mempunyai alcohol tinggi dan gliserol. Wine berubah dari dry, off-dry menjadi medium dry, medium sweet menjadi sweet, dan akhirnya memiliki rasa yang pas atau

enak, b) Keasaman (acidity) Asam Merupakan komponen asli dari wine dan memberikan rasa yang segar dimulut. Kata-kata segar, hidup, atau getir dapat digunakan untuk menjelaskan rasa asam. Tetapi lebih baik berbicara tentang rasa asam dengan istilah tingkat dari lemah ke tinggi, c) Rasa Sepat (tannin). Tannin memiliki zat pengeringan, yang memberikan efek mengerut pada langit-langit mulut, dan meninggalkan rasa kasar pada lidah anda, d) Kadar Alkohol. Alkohol terdeteksi sebagai rasa panas pada bagian belakang mulut. Beberapa jenis anggur cukup rendah kadar alcohol sekitar 9% dan 11%. Jarak menengah antara 11% dan 14%. Pada tingkatan yang tinggi, anggur merah Australia bisa mencapai 15% dan 15,5% tergantung dari volumenya, e) Kepekatan (Body) Kepekatan berasal dari kombinasi dari struktur buah, gula, alcohol, keasaman, dan sepat. Biasanya wine dapat dideskripsikan sebagai light, medium, dan full bodied, f) Rasa dan intensitas rasa. Rasa dapat di definisikan sebagai total sensasi dari bau, rasa dan sentuhan seperti yang di rasakan di mulut. Rasa mirip dengan aroma atau cukup berbeda. Buah, rempah-rempah, bunga, atau rasa vegetal sering berasal dari anggur, sementara mentega, roti panggang, cedar, dan kelapa berasal dari proses pematangan dan pembuatan anggur, g) Panjang (Length) dan Akhir (Finish). Length (Panjang) adalah persepsi tentang bagaimana perjalanan anggur sepanjang di langit-langit mulut. Dan Finish (Akhir) adalah berapa lama wine tersebut tetap tertinggal /terasa setelah di konsumsi. Kualitas wine yang bagus harus tetap hidup/tertinggal di mulut setelah dari 30 detik hingga lebih dari 1 menit, wine tidak harus membakar tenggorokan, yang mana berarti tidak seimbang kadar alcohol.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner yang telah terkumpul, dimasukkan kedalam sebuah tabel sehingga memudahkan untuk mencari nilai mean. Hasil penyebaran

kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut

Tabel. 1 Hasil Tabulasi Persepsi Konsumen Terhadap Wine Salak Baliwein

No	Indikator	STB (1)	TB (2)	C (3)	B (4)	SB (5)
1	<i>Fruity</i> ( Aroma Buah )	0	0	7	22	19
2	<i>Sweetness</i> ( Rasa Manis )	46	2	0	0	0
3	<i>Acidity</i> ( Keasaman )	0	0	3	24	21
4	<i>Tannin</i> ( Kesepatan )	9	22	17	0	0
5	<i>Alcohol</i> ( Kadar Alkohol )	0	0	7	28	13
6	<i>Body</i> ( Kepekatan )	0	2	7	28	11

Untuk memasukkan ke dalam kelas interval digunakanlah rumus sebagai berikut :

- 1) Jumlah klasifikasi (K) = 5 kelas
- 2) Range (R) = nilai tertinggi - nilai terendah = 5 - 1 = 4
- 3) Panjang kelas interval dihitung dengan rumus :  $C = R : K = 4 : 5 = 0,8$
- 4) Dari formula diatas didapatkan interval kelas sebagai berikut :
  - a. Sangat tidak baik, yaitu pada interval 1,00 sampai < 1,80

- b. Tidak baik, yaitu pada interval 1,80 sampai < 2,60
- c. Cukup, yaitu pada interval 2,60 sampai < 3,40
- d. Baik, yaitu dari interval 3,40 sampai < 4,20
- e. Sangat baik, yaitu dari interval 4,20 ≤ 5,00

Dengan ulasan interval kelas diatas, maka dapat ditentukan penilaian setiap nilai mean dari setiap indikator yang ada pada Tabel 1.2 dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Klasifikasi Menurut Kelas Interval Tentang Persepsi Konsumen Terhadap Indikator Persepsi Wine Salak Baliwein

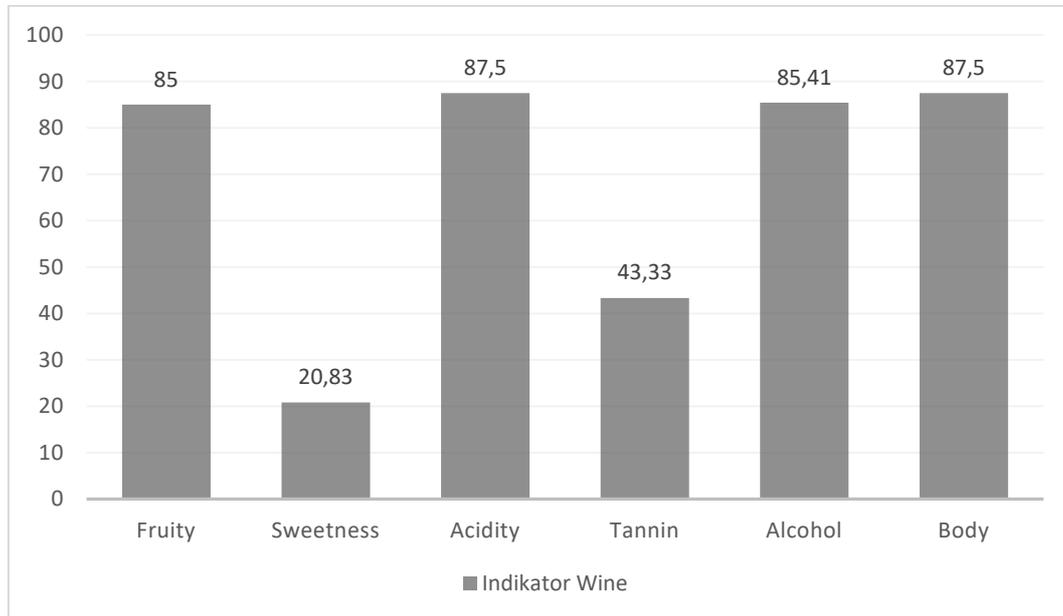
No	Indikator Penilaian Wine Salak Baliwein	Rata-Rata	Kategori
1	<i>Fruity</i> (Aroma Buah)	4,25	Sangat Baik
2	<i>Sweetness</i> (Rasa Manis)	1,04	Sangat Tidak Baik
3	<i>Acidity</i> (Keasaman)	4,37	Sangat Baik
4	<i>Tannin</i> (Kesepatan)	2,16	Tidak Baik
5	<i>Alcohol</i> (Kadar Alkohol)	4,27	Sangat Baik
6	<i>Body</i> (Kepekatan)	4,37	Sangat Baik
<b>Kualitas Wine Salak Keseluruhan</b>		<b>3,41</b>	<b>Baik</b>

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, dari 6 indikator yang dijadikan penilaian wine salak Baliwein terdapat 1 indikator yang

mendapatkan penilaian dengan interpretasi sangat tidak baik, 1 indikator yang mendapatkan penilaian

dengan interpretasi tidak baik, serta 4 indikator yang mendapatkan penilaian dengan interpretasi sangat baik. Berikut ini adalah diagram batang dari hasil

kuesioner persepsi konsumen terhadap wine salak Baliwein, yang terlihat pada Gambar 1.1 dibawah ini



Gambar 1. Hasil Kuesioner Persepsi Konsumen Terhadap Wine Salak Baliwein  
[Sumber: Hasil Penelitian Persepsi Konsumen Terhadap Wine Salak Baliwein (Data Diolah)]

Mengacu pada Tabel 2 dan Gambar 1 diatas, dapat dilihat hasil persepsi konsumen terhadap wine salak Baliwein, dengan 6 indikator yaitu indikator Wine menurut Joseph & Rand yaitu fruit (aroma buah), sweetness (rasa manis), acidity (keasaman), tannin (kecepatan), alcohol (kadar alkohol) dan body (kepekatan), antara lain:

- 1) Indikator Fruity, mendapatkan nilai 4,25 dengan interpretasi Sangat Baik dapat diketahui dari hasil pengamatan yang dilakukan bahwa penyebab penilaian fruity mendapat nilai sangat baik karena wine salak Baliwein menonjolkan aroma buah (fruity) yang kuat dari buah salak tersebut sehingga konsumen dapat merasakan aroma khas dan berbeda dari wine lainnya.
- 2) Indikator Sweetness, mendapatkan nilai 1,04 dengan interpretasi Sangat Tidak Baik, hal ini dikarenakan pada saat wawancara dengan responden, mengatakan bahwa rasa manis dari

wine salak Baliwein tidak dirasakan oleh reponden yang sudah pernah mencoba wine salak Baliwein ini.

- 3) Indikator Acidity, mendapatkan nilai 4,37 dengan interpretasi Sangat Baik dapat diketahui dari hasil pengamatan yang dilakukan penilaian keasaman wine salak Baliwein sangat baik karena rasa asam di wine salak ini terasa dan menimbulkan rasa segar saat dinikmati.
- 4) Indikator Tannin, mendapatkan nilai 2,16 dengan interpretasi Tidak Baik hal ini menunjukkan bahwa wine salak Baliwein ini tidak disukai oleh konsumen karena terlalu sepat.
- 5) Indikator Alcohol, mendapatkan nilai 4,27 dengan interpretasi Sangat Baik dapat diketahui dari hasil pengamatan yang dilakukan penilaian kadar alkohol wine salak Baliwein sangat baik karena wine salak ini memiliki kadar alkohol tergolong sedikit yaitu 11-13%. Kadar alkohol yang sedikit ini menjadikan wine salak Baliwein

cocok untuk dinikmati oleh semua konsumen.

- 6) Indikator Body, mendapatkan nilai 4,37 dengan interpretasi Sangat Baik hal ini menunjukkan bahwa kepekatan rasa dari wine salak Baliwein ini sangat baik karena dari jenis-jenis fruit wine, wine salak Baliwein digolongkan kedalam light fruit wine, dimana light fruit wine memiliki kadar alkohol kurang dari 14% sehingga wine ini sangat cocok bagi konsumen yang belum pernah mencoba wine salak ini karena memiliki kadar alkohol yang lebih sedikit sehingga aftertaste wine ini ringan (light).

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab III maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan persepsi konsumen terhadap wine salak Baliwein dalam kategori baik dengan nilai 3,41. Berdasarkan penilaian tersebut terdapat 1 indikator yang mendapatkan penilaian dengan interpretasi sangat tidak baik yaitu indikator sweetness, 1 indikator yang mendapatkan penilaian dengan interpretasi tidak baik yaitu indikator tannin, serta 4 indikator yang mendapatkan penilaian dengan interpretasi sangat baik yaitu indikator fruity, acidity, alcohol dan body.

Produsen perlu memperhatikan kandungan acidity serta sweetness dari wine salak Baliwein, sehingga kedepannya kualitas produk ini dapat lebih baik. Indikator-indikator yang mendapatkan nilai sangat baik dan baik harus dapat dipertahankan, sedangkan indikator yang mendapat nilai sangat tidak baik dan tidak baik harus dapat ditingkatkan lagi oleh produsen, demi meningkatkan kualitas wine salak tersebut serta kepuasan konsumen saat menikmati wine salak Baliwein. Produsen sebaiknya memasarkan produknya menggunakan media sosial karena wine salak Baliwein sangat kurang informasinya dimasyarakat. Ini

dikarenakan sebagian besar masyarakat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, sehingga peluang untuk pengenalan produk wine salak Baliwein ini lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo, H. Marsum Widjojo. (2004). Bar, Minuman dan Pelayanannya. Yogyakarta: ANDI
- Handoyo, Y. (2007). Rahasia Wine. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Harding, G. (2005). Wine Miscellany. New York: Clarkson Potter Publishing
- Hartley, Clive. (2017). Australian Wine. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Jackson, R. S. (2008). Wine Science 3rd Edition: Principles and Applications (Food Science and Technology). USA: Academic Press
- Joseph, R. dan Rand, M. (2000). KISS Guide to Wine. New York: Dorling Kindersley
- Katsigris, C. (2006). The Bar & Beverage Book. New Jersey: John Willey & Sons, Inc
- Katsigris, C. dan Thomas, C. (2007). The Bar & Beverage Book 14th Ed. USA: John Willey & Sons, Inc
- Kotler, P. (2013). Principle of Marketing 15th Edition. Prentice Hall
- Lumanauw, F. (2000). Bar dan Minuman. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Moleong, L. J. (2013). Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ninemier, J. D. dan Hayes, D. K. (2005). Restaurant Operations Management: Principles and Practices, Pearson/Prentice Hall.
- Everywine for Everyone. (2017). Rasa Wine di [www.jualwine.com](http://www.jualwine.com) (access on 28 Agustus 2019, 17.54 Wita)
- Semesta, P. (2012). Kuncara Giri di [www.desasibetan.wordpress.com](http://www.desasibetan.wordpress.com) (access on Saturday, 18 Agustus 2019, 18.08 Wita)
- Sugiyono. (2008.) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Tika, N., Rasana, R. & Triagustiana, A  
(2016) Meningkatkan Kualitas Wine  
Salak Bali Yang Di produksi CV  
Dukuh Lestari Desa Sibetan  
Karangasem Bali Dengan  
Sacchamomyces Hi