

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian dari penelitian ini adalah pembuatan produk serundeng kelapa dengan varian rasa kecombrang dan subjek penelitian dari penelitian ini yaitu uji organoleptik yang akan penulis lakukan kepada panelis ahli dan juga konsumen. Selain itu subjek dari penelitian ini adalah kualitas dari produk yang dihasilkan dengan memperhatikan aspek standar kualitas produk dan kemasan serta label dari produk.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian dapat diartikan sebagai proses dari penyajian data yang dilakukan secara berurutan atau tersusun dengan maksud mempermudah peneliti agar lebih mengerti. Sunyoto (2013, hlm. 19)

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian eksperimental dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011, hlm. 72) penelitian eksperimen adalah proses penelitian yang menghubungkan sebab-akibat dari suatu perlakuan namun masih terkendali atau terkontrol, penelitian eksperimental mengacu pada mencari pengaruh dari suatu perlakuan tertentu. Setelah melakukan percobaan pembuatan produk lalu melakukan uji organoleptik pada panelis ahli, lalu setelah melakukan uji organoleptik ditemukan formulasi resep terbaik yang menjadi standar resep, selanjutnya dilakukan uji penerimaan konsumen terhadap formulasi resep terpilih untuk mengetahui tingkat kesukaan dari konsumen terhadap produk sesuai dengan indikator penilaian dari kualitas produk, setelah itu menetapkan kemasan dan label yang akan digunakan pada produk, menentukan biaya produksi dan harga jual produk serta menentukan strategi pemasaran dari produk.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan eksperimen terhadap serundeng kelapa yang diberi varian rasa kecombrang untuk menghasilkan formulasi resep

yang terbaik dan selanjutnya dilakukan uji penerimaan konsumen terhadap produk untuk mengetahui tingkat kesukaan dari konsumen terhadap produk sesuai dengan indikator penilaian dari kualitas produk.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2011, hlm. 80) mengatakan dalam populasi terdapat objek dan subjek yang memiliki karakter dan ciri masing-masing yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan dibuat kesimpulan. Sedangkan sampel yaitu salah satu bagian yang mewakili seluruh populasi dengan karakteristik masing-masing yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2011, hlm. 81).

Peneliti menentukan populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat umum baik itu didalam maupun diluar Kabupaten Purwakarta, mahasiswa, serta orang yang pernah atau belum pernah mencicipi serundeng, peneliti menentukan sampel dalam penelitian yaitu 112 panelis terdiri dari panelis ahli dan panelis konsumen (Armein Syukri Arbi, 2009, hlm. 3).

### 3.4 Operasional Variabel

Sugiyono (2019, hlm. 68) menjelaskan bahwa operasional variabel maksudnya adalah penelitian yang menetapkan variabel-variabel tertentu yang didapat dari objek penelitian yang nantinya akan dianalisis dan bisa disimpulkan hasilnya. Variabel yang diuji dapat dijabarkan operasional variabel seperti tabel di berikut.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
Diferensiasi Produk	Diferensiasi produk adalah semua kegiatan untuk memodifikasi atau membuat produk tersebut beram kbeda dengan produk yang sudah ada agar menjadi lebih menarik Ir. Eddy Soeryanto	Diferensiasi produk berarti membuat produk baru yang berbeda dari sebelumnya yang memiliki daya tarik, daya jual tinggi dan lebih unggul dengan aspek rasa, tekstur, aroma, warna serta kemasan.	Setelah melakukan kitchen project diperoleh serundeng kelapa dengan varian rasa kecombrang berbeda dengan serundeng pada biasanya dapat

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
	(2010, hlm.182)		dilihat dari rasa, tekstur, aroma, warna dan kemasan.
Kualitas Produk	Kualitas produk merupakan kualitas dari suatu produk yang didalamnya terdapat kelebihan dari produk tersebut yang dapat menjadi pemenuh keinginan konsumen serta memberikan kepuasan atas pemakaian atau pengonsumsiian produk tersebut (Laksana, 2008, hlm. 89)	Kualitas produk dengan mengutamakan standar kualitas produk sebagai acuan penilaian dari kualitas makanan dapat dilihat dari: 1. Penampilan 2. Warna 3. Rasa dan aroma 4. Tekstur 5. Daya simpan produk. Jones (2000, hlm. 109-110)	Dapat mengetahui penilaian panelis setelah dilakukan uji kualitas produk terhadap kualitas serundeng kelapa dengan varian rasa kecombrang, dengan acuan : - Penampilan (warna seperti serundeng seperti biasanya namun lebih ke kuning tua ke coklat-coklatan). - Rasa dan aroma (rasa dan aroma enak terasa dan tercium aroma khas kecombrang) - Tekstur (tekstur kering dan agak sedikit renyah)
Kemasan dan Label	Kemasan merupakan wadah dalam mendesain sebuah produk yang nantinya akan dilihat visualnya oleh konsumen karena kemasan dituntut	Penilaian konsumen terhadap kemasan dan label bisa dilihat dari daya tarik visual kemasan dan label serta daya tarik fungsional. Agustina (2011, hlm. 1)	Mengetahui daya tarik panelis terhadap desain kemasan dengan aspek-aspek berikut : - Label kemasan

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
	<p>untuk memiliki aspek kreatif dan komunikatif serta promosi yang baik yang direalisasikan dalam bentuk visual. Azhari Amri (dalam Apriyanti, 2018, hlm. 21)</p> <p>Label yaitu identitas produk yang terdapat dalam kemasan dengan memperlihatkan informasi terkait produk tersebut. Marinus (2002, hlm. 18)</p>		<p>yang di desain semenarik mungkin dari segi warna, merek dan kelengkapan informasi serta keunikan kemasan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk kemasan serta ukuran kemasan sesuai dengan produk.</li> <li>- Kemasan melindungi produk agar produk terjaga keamanannya</li> <li>- Kemasan tidak sulit dibuka dan mudah ditutup serta mudah dibawa.</li> </ul>
Harga Jual Produk	<p>Suarsana N. (2007, hlm. 35) mengatakan bahwa harga jual produk merupakan harga dari produk yang akan dijual yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan sebesar besarnya dari</p>	<p>Aspek penentuan harga jual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Food cost</li> <li>- Labour cost</li> <li>- Overhead</li> </ul>	<p>Dapat mengetahui harga jual produk serundeng varian rasa kecombrang dengan memperhatikan aspek:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Food cost</li> <li>- Labour cost</li> <li>- Overhead</li> <li>- Margin</li> </ul>

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
	pendapatan yang diterima.		
Strategi Pemasaran	Hurriyati (2010, hlm.62) menjelaskan bahwa strategi pemasaran harus dilakukan dengan memperluas bauran pemasaran yang didalamnya terdapat aspek-aspek yaitu orang, fasilitas, serta proses yang bisa disebut 10P.	Aspek-aspek pada 10P yang harus diketahui: 1) Product, adalah segala sesuatu yang dipasarkan dengan kelebihan dan keunikan yang memiliki daya jual dan daya saing. 2) Price merupakan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan produk yang dibelinya 3) Place, maksud dari place disini adalah tempat yang strategis memengaruhi penjualan produk akan lebih meningkat. 4) Promotion, promosi menjadi salah satu strategi pemasaran dalam menjual produk lakukan promosi dengan mengenalkan produk. 5) Professional, yaitu berkaitan dengan kekuatan dan keunggulan profesi	Data yang didapatkan dari menentukan 10P, yaitu: Product, Place, Price dan Promotion, lalu menentukan strategi Segmenting, Targeting dan Positioning.

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		<p>harus diarahkan agar menjamin kemudahan dan kepuasan konsumen</p> <p>6) People, yaitu berhubungan dengan sumber daya manusia</p> <p>7) Public, yaitu berkaitan dengan kepedulian sosial terhadap masyarakat sekitar</p> <p>8) Power, yaitu berkaitan dengan kekuatan dan kekuasaan yang dimiliki oleh pemilik perusahaan</p> <p>9) Pressure, berhubungan dengan tanggung jawab untuk melaksanakan kewajiban secara tepat</p> <p>10) Performance, berhubungan dengan kinerja perusahaan berupa hasil kerja yang terus meningkat yang dapat memuaskan pelanggan dan mutu pelayanan terjamin.</p>	

*Sumber: Data Diolah Penulis Tahun 2022*

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Yogi (2014, hlm. 1) digunakan sebagai alat yang membantu peneliti untuk memperoleh data yang nantinya akan menghasilkan kesimpulan dan hasil penelitian. Peneliti menggunakan instrumen penelitian yang meliputi *kitchen project*, uji organoleptik produk kepada panelis ahli, menentukan kemasan, serta melakukan uji penerimaan panelis konsumen terhadap produk dengan menggunakan kuesioner.

### 3.6 Prosedur Penelitian

#### 3.6.1 Percobaan Pembuatan Produk (*Kitchen Project*)

Peneliti akan melakukan percobaan produk masing – masing 3 formulasi resep dengan membedakan jumlah kuantiti dari bahan yang digunakan yaitu:

#### 1. Alat - alat

Tabel 3.2 Alat – alat pembuatan Serundeng Kelapa Varian Rasa Kecombrang

No	Alat
1.	Wajan
2.	Parutan
3.	Spatula
4.	Mangkuk
5.	Sendok
6.	Kompore
7.	Cobek dan Ulekan

Sumber : Data Diolah Penulis Tahun 2022

#### 2. Bahan

Tabel 3.3 Bahan pembuatan Serundeng Kelapa Varian Rasa Kecombrang

No	Bahan - Bahan
1.	Kelapa Parut
2.	Kecombrang

No	Bahan - Bahan
3.	Cabai Rawit
4.	Bawang Putih
5.	Bawang Merah
6.	Garam
7.	Gula

Sumber : Data Diolah Penulis Tahun 2022

### 3. Percobaan Tiga Formulasi Resep

- 1) SKRK 1 = *Serundeng Kelapa* dengan persentase penambahan Kecombrang 25%
- 2) SKRK 2 = *Serundeng Kelapa* dengan persentase penambahan Kecombrang 50%
- 3) SKRK 3 = *Serundeng Kelapa* dengan persentase penambahan Kecombrang 75%

Tabel 3.4 Standar Resep Rancangan Percobaan

No	Bahan - Bahan	P1		P2		P3		Keterangan
		Kuantitas	Satuan	Kuantitas	Satuan	Kuantitas	Satuan	
1.	Kelapa parut	150	gr	150	gr	150	gr	
2.	Kecombrang	37	gr	75	gr	113	gr	Dihaluskan
3.	Cabai rawit	5	gr	5	gr	5	gr	
4.	Bawang merah	10	gr	10	gr	10	gr	
5.	Bawang putih	8	gr	8	gr	8	gr	
6.	Garam	6	gr	6	gr	6	gr	
7.	Gula	4	gr	4	gr	4	gr	

Sumber: Data Diolah Penulis Tahun 2022

### 3.6.2 Uji Organoleptik Produk

Uji organoleptik dilakukan dengan menggunakan sampel produk yang nantinya akan diuji oleh 112 panelis yang terdiri dari panelis terlatih dan tidak terlatih dari semua kalangan dengan berbagai klasifikasi. Pengujian dilihat dari



aspek rasa, aroma, tekstur, warna, penampilan, bentuk (Jones, 2000, hlm. 109-110).

### 3.6.3 Perhitungan Harga Jual

Setelah melakukan uji organoleptik produk peneliti menentukan harga jual produk dengan *Standard Cost Percentage Method* dengan rumus :

Gambar 3.1 Rumus Pehitungan Harga Jual

$$\text{Harga Jual} = \frac{100}{\text{Food Cost Percentage}} \times \text{Harga Pokok Makanan}$$

Sumber : Data Diolah Penulis 2022

Penentuan harga jual produk Serundeng Kelapa dengan Varian Rasa Kecombrang menggunakan metode harga pokok standar dengan persentase perhitungan material cost yang akan menentukan harga jual dan besaran dari keuntungan yang didapat, keuntungan yang diinginkan akan didapat dengan menentukan harga jual yang tepat (Lasena, 2013, hlm.586).

<i>Food Cost</i>	40%
<i>Labour Cost</i>	20%
<i>Overhead</i>	15%
Keuntungan ( <i>Profit</i> )	25%
<hr/>	
Harga Jual ( <i>Selling Price</i> )	100%

### 3.6.4 Penentuan Kemasan

Makanan yang melalui pengemasan akan terlindungi dan awet karena kemasan memiliki fungsi sebagai wadah pelindung makanan, memudahkan pendistribusian makanan, dan dapat menarik perhatian konsumen, kemasan disertai dengan label produk dengan berisi keterangan dari manfaat isi kemasan. (Rahmawati, 2013, hlm.1)

Peneliti telah menetapkan kemasan yang digunakan adalah botol ukuran 140ml memiliki tinggi 10,5cm berbahan PET *Plastic Food Grade* dengan tipe lubang besar yang menggunakan seal induksi berbahan aluminium foil. Kemasan

akan disertai label produk berdasarkan ketentuan menurut *Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Tahun 2020* yaitu sebagai berikut :

- 1) Nama produk
- 2) Bahan – bahan yang digunakan
- 3) Berat bersih dari produk
- 4) Nama produsen
- 5) Tanggal produksi
- 6) Tanggal kadaluarsa
- 7) Penyajian dan penyimpanan produk

### **3.6.5 Strategi Pemasaran**

Peneliti melakukan strategi pemasaran dengan 4P yaitu *Product, Place, Price* dan *Promotion* dan memasarkan produk melalui *digital marketing* dengan mempromosikan produk melalui *platform media social*.

### **3.6.6 Uji Penerimaan Konsumen Terhadap Produk**

Uji daya terima konsumen dilakukan peneliti untuk mengetahui produk yang dibuat dapat diterima oleh konsumen, pengujian ini untuk mengukur seberapa suka konsumen terhadap produk yang dibuat dan alat yang efektif untuk pengembangam produk (Setyaningsih *et al.*, 2010, hlm. 119).

## **3.7 Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

### **3.7.1 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu:

1. Studi literatur yang dilakukan untuk mendapatkan data ataupun informasi yang didapat dari buku, karya ilmiah, dan internet tentang materi yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Peneliti akan melakukan eksperimen percobaan produk atau *kitchen project* Serundeng Kelapa Dengan Varian Rasa Kecombrang tersebut, agar didapatkan kualitas produk yang terbaik.
3. Kuisisioner penelitian yang disebar kepada panelis untuk mengetahui tingkat kesukaan panelis terhadap produk yang diteliti.

4. Dokumentasi dengan mendokumentasikan seluruh aktivitas yang telah peneliti lakukan dalam pembuatan penelitian ini.

### 3.7.2 Alat Pengumpulan Data

Berkaitan dengan teknik pengumpulan data, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini alat pengumpulan data, yaitu berupa : buku catatan yang berisi catatan, kuesioner, dokumentasi, dan eksperimen.

### 3.8 Analisis Data

Peneliti terlebih dahulu mengumpulkan data – data yang dibutuhkan lalu melakukan percobaan produk, setelah itu melakukan uji organoleptik kepada panelis ahli, uji penerimaan konsumen terhadap produk, menentukan harga jual, menghitung nilai gizi lalu menganalisis data menggunakan Microsoft Word dan Microsoft Excel. Adapun data – data yang sudah terkumpul lalu dihitung dengan menggunakan rumus rata – rata dan standar deviasi Microsoft Excel untuk pengujian organoleptik panelis ahli sementara untuk uji penerimaan produk menggunakan rumus kelas interval yaitu :

$$C = \frac{Smaks - Smin}{K}$$

Skor Maksimal (Smaks) = n x k x nilai maksimal

Skor Minimal (Smin) = n x k x nilai minimum

C (nilai interval) =  $\frac{Smaks - Smin}{K}$