

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode eksperimental dengan cara pendekatan kuantitatif melalui studi literatur, kuesioner dan eksperimen. Penelitian eksperimen dilakukan dengan kitchen project untuk mengetahui formulasi produk selai susu rempah yang akan diteliti dan dilakukan pengujian organoleptik pada konsumen, pemilihan kemasan dan label, menentukan harga jual pada produk selai susu rempah, serta melakukan bentuk strategi pemasaran online untuk produk tersebut.

Data yang diambil penulis untuk diteliti adaah dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan pada konsumen untuk memperoleh hasil serta kesimpulan pada akhir penelitian.

### 3.2. Operasional Variabel

Dibawah ini merupakan tabel operasional variabel penyusunan skripsi selai susu rempah.

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Skala Ordinal</b>
Formulasi Resep	Formulasi resep merupakan produk yang telah melakukan pengujian serta telah dikembangkan, maka dapat dipasarkan oleh pihak tertentu (Brown, 2014)	Terdapat beberapa hal yang menjadi acuan penelitian yaitu: resep, bahan baku, jumlah penggunaan bahan baku, petunjuk persiapan dan penyajian, jumlah dan ukuran porsi, variasi makanan, nutrisi serta peralatan yang dibutuhkan.	Data yang didapatkan pada penelitian ini berupa formulasi resep meliputi nama resep, bahan baku yang digunakan, berat bahan dan kuantitas, nilai gizi cara pengolahan dan alat yang digunakan.	Ordinal
Kemasan dan Label	Kemasan merupakan struktur yang dirancang untuk mengemas suatu bahan pangan	Faktor yang dapat mempengaruhi pengemasan terdiri dari keamanan,	Data yang didapatkan berupa kesesuaian informasi pada kemasan dan	Ordinal

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Skala Ordinal</b>
	baik dalam keadaan segar maupun yang telah mengalami proses produksi (Herudiyanto, 2008) Label merupakan informasi yang terdapat pada suatu kemasan. (Herudiyanto, 2008)	ekonomi, distribusi, komunikasi, dan ergonomi. faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan label terdiri dari: informasi yang jelas serta tidak boleh menyesatkan.	pada produk yang dibuat.	
Harga Jual	Harga jual didapatkan dari perhitungan biaya produksi, overhead, keuntungan dan biaya lain-lain (Kurniawan, 2014, hlm. 44).	Metode untuk menentukan harga jual (Suarsana, 2007, hlm. 40) didapatkan dengan menggunakan beberapa metode yaitu penetapan harga pokok standar, metode angka factor dan metode tidak terstruktur.	Data yang didapat menghasilkan perhitungan harga jual dengan persentase sebanyak 40%	Ordinal

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Skala Ordinal</b>
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran merupakan cara memasarkan suatu produk meliputi barang atau jasa untuk mendapatkan hasil penjualan yang paling tinggi ((Fawzi, Iskandar, Nurjaya, & Sunarsi, 2021)	Strategi pemasaran dapat menggunakan beberapa metode yaitu (Pratama, 2023) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Online Marketing</li> <li>2. Social Media Marketing</li> <li>3. Search Engine Marketing</li> <li>4. Content Marketing</li> <li>5. Email Marketing</li> <li>6. Call to Action Marketing</li> <li>7. Free Shipping</li> <li>8. Time Limit</li> <li>9. Point of Purchase</li> <li>10. Direct Selling</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menentukan target pasar yang tepat untuk penjualan.</li> <li>2. marketplace merupakan strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk selai susu rempah.</li> </ol>	Ordinal

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Skala Ordinal</b>
		11. Earned Media 12. Iklan Berbayar		
Uji Daya Terima Konsumen	Uji daya terima konsumen merupakan penilaian layak atau tidaknya dipasarkan suatu produk tertentu meliputi pengujian organoleptic warna, aroma, rasa, tekstur dan tampilan (Sipahelut, et al, 2017, p. 489).	Uji daya terima konsumen pada organoleptik warna, rasa, aroma, tampilan dan tekstur suatu produk (Sipahelut, et al, 2017, p. 489).	Data yang didapatkan meliputi karakteristik kesukaan terhadap warna, rasa, aroma, tampilan dan tekstur	Ordinal

Sumber: Data diolah Penulis,2023

### 3.3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan individu maupun kelompok subjek pada penelitian yang akan diamati sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan oleh peneliti. Penelitian mengenai selai susu rempah ini merupakan masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung berusia 18-60 tahun.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang menjadi subjek penelitian, sampel digunakan untuk mempermudah pengambilan data karena jumlah sampel tidak sebanyak dengan jumlah populasi. Pada penelitian ini, sebanyak 25-30 panelis ahli termasuk kedalam bagian sampel, sebelum dilakukannya pengujian lebih lanjut, berikut merupakan kriteria panelis:

**Tabel 3. 2 Kriteria Panelis Ahli dan Panelis Konsumen**

<b>Panelis Terlatih</b>	<b>Panelis Konsumen</b>
a. Chef	a. Berusia minimal 18 tahun
b. Akademisi	b. Tidak memiliki alergi susu
c. Pengusaha dibidang pastry and bakery	c. Masyarakat domisili Kota Bandung
d. Mahasiswa yang berpengalaman pada bidang pastry and bakery.	

Sumber: Data diolah Penulis, 2023

Sampel yang diambil pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, dimana jumlah populasi yang belum diketahui karakteristiknya secara spesifik, pada rumus ini taraf toleransi kesalahan sebesar 10% untuk desain penelitian metode deskriptif (Nalendra, dkk, 2021)

Berikut merupakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

dimana,

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = taraf error penarikan sampel (10%=0,1)

Berikut merupakan perhitungan sampel dari jumlah populasi kunjungan wisatawan Kota Bandung 2021

$$N = 3.704.263$$

$$e = 10\% \text{ atau } 0,1$$

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

$$n = \frac{3.704.263}{1+(3.704.263*0,1^2)}$$

$$n = 99,99 \rightarrow 100$$

maka sampel untuk penelitian ini membutuhkan sebanyak 100 orang konsumen

### 3.4. Instrumen Penelitian

Penelitian mengenai selai susu rempah memerlukan instrument penelitian yang digunakan sebagai acuan untuk pengumpulan data yang akan disebar pada panelis ahli maupun panelis konsumen. Metode yang digunakan untuk pengumpuln data adalah melalui uji produk dengan uji organoleptik sebagai hasil uji daya terima konsumen, penentuan kemasan dan label, dan strategi pemasaran apa yang cocok digunakan untuk pemasaran produk selai susu rempah.

**Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian Selai Susu Rempah**

Variabel Penelitian	Indikator	Nomor Soal
Uji Organoleptik	1. Warna 2. Aroma 3. Rasa 4. Tekstur 5. Penampilan	1-5
Kemasan	1. Faktor Ergonomi 2. Faktor Keamanan, 3. Faktor Informatif	6-8
Label	1. Memuat informasi yang	8

Maharani Puspa Kirana, 2023

*MODIFIKASI PRODUK SELAI SUSU REMPAH BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel Penelitian	Indikator	Nomor Soal
	diperlukan	
Harga Jual	1. Harga pokok Penjualan	9
Strategi Pemasaran	1. Strategi pemasaran online	10-11

Sumber: Data diolah penulis, 2023

### **3.4.1. Kitchen Project**

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan resep yang dapat diterima oleh panelis, maka dilakukan kitchen project. Hal yang perlu diperhatikan pada saat melakukan kitchen project adalah nama produk, bahan baku yang digunakan, berat dan kuantitas makan, arahan untuk menyiapkan dan menyajikan makanan, jumlah dan ukuran porsi, variasi makanan, nilai gizi dan peralatan yang diperlukan.

#### **3.4.1.1. Uji Produk**

Uji produk dilakukan setelah mendapatkan hasil dari kitchen project, pengujian ini dilakukan dengan cara perbandingan perlakuan masing-masing 3 produk untuk mendapatkan produk yang paling diminati oleh panelis meliputi warna, aroma, rasa, tekstur dan penampilan, serta kandungan gizi.

#### **3.4.1.2. Uji Organoleptik**

Peneliti melakukan uji sampel produk terpilih kepada 30 panelis bidang kuliner seperti praktisi kuliner, akademik kuliner dan para pengusaha dibidang kuliner. Pengujian meliputi warna, rasa, aroma, tekstur dan penampilan sehingga menghasilkan formulasi paling baik yang akan diujikan pada panelis konsumen.

### 3.4.1.3. Uji Hedonik

Uji hedonik merupakan cara pengujian yang dilakukan saat pengembangan produk dengan membandingkan satu produk dengan produk lainnya. Uji ini dilakukan dengan cara meminta pendapat dari para panelis, kemudian didapatkan hasil produk yang cocok untuk dijadikan sebagai bahan penelitian.

Tingkat kesukaan dibagi menjadi kedalam 5 skala yaitu:

Skala 5: Sangat Suka

Skala 4: Suka

Skala 3: Cukup Suka

Skala 2: Tidak Suka

Skala 1: Sangat Tidak Suka

### 3.4.2. Pembuatan Kemasan dan Label

Fungsi kemasan dan label adalah untuk melindungi produk dari berbagai bahaya, seperti tercemarnya produk dengan bakteri, selain sebagai pengaman produk fungsi kemasan juga untuk media promosi dan informasi mengenai produk yang bersangkutan. Menurut (Ermawati, 2019, hlm. 19). Indikator yang perlu diperhatikan dalam pemilihan kemasan yaitu mengenai kesesuaian bahan, ukuran, dan bentuk kemasan yang disesuaikan dengan memperhatikan faktor keamanan, ekonomis dan ergonomis. Sedangkan indikator yang perlu diperhatikan dalam pemilihan label yang didalamnya terdiri dari nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, keterangan kadaluwarsa dan asal usul bahan pangan tertentu.

#### 3.4.2.1. Menentukan Nilai Gizi

Kandungan gizi dalam produk di hitung dengan menggunakan cara berikut:

$$\text{Kandungan gizi} = \frac{\text{Berat per porsi}}{100\text{gr BDD}} \times \text{Kandungan gizi per 100 gr}$$

### 3.4.3. Menentukan Harga Jual Produk

Tahap selanjutnya yaitu menganalisis mengenai harga jual selai susu rosela. Perhitungan harga jual dihitung dari harga pokok produksi dan selanjutnya dapat dihitung harga jualnya. Menurut Mulyadi (2014, hlm. 275) harga pokok produksi memuat unsur – unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

Perhitungan harga jual dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total Cost}}{\text{Persentase Food Cost}} \times 100\%$$

Besaran presentase yang digunakan untuk menentukan harga jual produk adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Perhitungan Harga Jual**

Food Cost	40%
Labour Cost	20%
Overhead	15%
Net Profit	25%
Selling Price	100%

### 3.4.4. Menentukan Bentuk Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan digunakan adalah dengan menggunakan strategi Online Marketing. Strategi ini digunakan karena banyak kelebihan yang didapatkan ketika menggunakan strategi ini saat akan memulai penjualan awal, berikut beberapa kelebihan dari sistem strategi pemasaran menggunakan Online Marketing yaitu biaya promosi yang dilekuarkan lebih hemat, membangun merek lebih cepat, menciptakan iklan online sesuai dengan kenyamanan dan preferensi. Online Marketing merupakan cara pemasaran yang dilakukan menggunakan akses internet. Langkah untuk melakukan pemasaran produk selai susu rempah yaitu :

1. Menentukan segmentasi dan target pasar yang akan dijadikan sebagai konsumen.

2. Mempublikasikan produk selai susu rempah untuk melalui media digital maupun marketplace sebagai langkah awal untuk memperkenalkan dan membangun image produk di pasar.
3. Promosi penjualan melalui kegiatan pemasaran menggunakan media digital marketplace.

### 3.4.5. Uji Daya Terima Konsumen

Untuk mendapatkan hasil daya terima konsumen, maka dilakukan pengujian daya terima konsumen dengan penyebaran kuesioner dan sample produk pada panelis konsumen untuk mengukur respon baik konsumen pada produk selai susu rempah. Untuk perhitungan skor maksimal, skor minimal dan kelas interval, maka dilakukan cara berikut:

Skor maksimal =  $n \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{nilai tertinggi}$

Skor minimal =  $n \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{nilai terendah}$

$$\text{Kelas Interval (C)} = \frac{SMaks - SMin}{k}$$

### 3.5. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan untuk penelitian selai susu rempah menggunakan 2 teknik, yaitu teknik purposive sampling dan simple random sampling. Purposive sampling digunakan ketika pengambilan data dengan panelis ahli, dimana pada panelis tersebut harus memenuhi aspek-aspek tertentu pada bidangnya, seperti pada penelitian selai susu rempah maka panelis ahli harus meliputi chef, pengusaha dibidang pastry, akademisi dan mahasiswa yang telah berpengalaman di bidang pastry. Pada panelis konsumen menggunakan teknik simple random sampling, dimana pengambilan data dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan aspek-aspek khusus dalam sebuah populasi sesuai dengan tujuan penelitian selai susu rempah.

### 3.6. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik dan alat pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan

beberapa tahapan yang diuraikan dibawah ini:

Maharani Puspa Kirana, 2023

**MODIFIKASI PRODUK SELAI SUSU REMPAH BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Studi Literatur merupakan tahapan mengumpulkan teori yang sesuai dengan penelitian.
2. Observasi merupakan pengamatan produk selai susu rempah.
3. Eksperimental merupakan percobaan membuat produk untuk mendapatkan hasil data yang valid dan dapat diteliti.
4. Dokumentasi dilakukan untuk mendukung bukti telah melakukan penelitian
5. Kuesioner digunakan untuk menguji tingkat kesukaan panelis
6. Uji Daya Terima Konsumen dilakukan untuk mengetahui diterima atau tidaknya produk selai susu rempah di masyarakat.

### **3.7. Uji Normalitas Data**

Data yang dikumpulkan untuk diteliti lebih lanjut perlu dilakukan uji normalitas data, karena untuk melakukan sebuah penelitian dibutuhkan data yang bersifat normal, oleh karena itu sebelum dilakukan uji ANOVA, sebuah data perlu memenuhi syarat-syarat tertentu seperti, data harus bersifat normal, homogen dan memiliki nilai rata-rata dengan ketentuan masing-masing nilai  $Sig > 0,05$ .

### **3.8. Analisis Data**

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan mencari data melalui penyebaran kuesioner untuk mendapatkan hasil yang akan diuji menggunakan sistem SPSS dengan uji Analysis of Variance (ANOVA) pada taraf kepercayaan 95%. Apabila terdapat perbedaan yang signifikan ( $P < 0,05$ ) maka dilakukan uji lanjutan dengan menggunakan uji DMRT atau Duncan Multiple Range Test, agar dapat mengetahui perbedaan ada setiap sampel.

Pengujian daya terima konsumen dilakukan dengan menentukan kelas interval untuk mengukur tingkat kesukaan panelis terhadap produk selai susu rempah