

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Tabel 3. 1
Penjelasan Metode

Rumusan Masalah	Metode
Bagaimana ketersediaan bahan baku nugget latoh (<i>Caulerpa sp</i>) di jepara?	Kualitatif
Bagaimana formulasi resep pengolahan nugget latoh (<i>Caulerpa sp</i>)?	Kuantitatif
Bagaimana daya terima konsumen tentang nugget latoh (<i>Caulerpa sp</i>)?	Kuantitatif
Bagaimana perhitungan harga pokok produk dan harga jual produk nugget latoh (<i>Caulerpa sp</i>)?	Kuantitatif
Bagaimana Kemasan produk nugget latoh (<i>Caulerpa sp</i>)?	Kuantitatif
Bagaimana strategi pemasaran dari produk nugget latoh (<i>Caulerpa sp</i>)?	Kualitatif

Sumber: Data diolah penulis, 2023

Metode penelitian yang akan digunakan adalah *mixed method* yaitu penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif (Sugiyono, 2016). Metode kualitatif deskriptif dan metode eksperimental dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. kualitatif difokuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang terkait dengan pertanyaan siapa, apa, dimana dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi hingga akhirnya dikaji secara mendalam untuk menemukan pola pola yang muncul pada peristiwa tersebut (Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C., 2016). Berdasarkan tabel dan penjelasa diatas dapat dijelaskan bahwa deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana

dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya penelitian deskriptif kualitatif diawali dengan proses atau peristiwa penjelas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. Metode eksperimen merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu perlakuan terhadap variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian eksperimen adalah metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari suatu perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali. Sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan dalam proses pengumpulan serta analisis data dengan menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Pada penelitian ini, peneliti melakukan eksperimen dengan *kitchen project* membuat tiga formulasi resep berbeda. Selanjutnya resep tersebut diuji melalui uji organoleptik kepada panelis terlatih dengan tujuan mendeskripsikan formulasi resep terbaik dan selanjutnya hasil formulasi resep terbaik diujikan terhadap calon konsumen untuk mengetahui daya terima produk tersebut.

3.1.1 Subjek dan Objek Serta Situasi Sosial

Menurut (Sugiyono, 2017) variabel dapat diartikan sebagai objek atau atribut seseorang yang telah memiliki hubungan dengan objek yang lain, serta saling berhubungan. Objek penelitian diartikan sebagai suatu nilai atau kegiatan tertentu yang telah dipelajari oleh peneliti, kemudian dipelajari dan diambil kesimpulannya. Penulis akan melakukan penelitian dengan objek penelitian ini Adalah Inovasi Produk Nugget Ikan Dengan Bahan Tambahan Latoh. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah Oleh-Oleh Wisata Gastronomi Khas Jepara.

Menurut (Sugiyono, 2009) mengatakan bahwa di dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi dan sampel, melainkan oleh Spradley dinamakan “Social Situation” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen, yakni tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Dalam penelitian ini peneliti dapat mengamati secara lebih mendalam aktivitas (*activity*), orang-orang (*actors*), dan tempat (*place*). Populasi merupakan seluruh subjek atau objek yang menjadi sasaran penelitian, Ibnu, *et all* (Alfianika, 2018). Dalam suatu penelitian, hasil penelitian berlaku untuk suatu populasi sasaran yang dibatasi oleh peneliti. Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah konsumen produk nugget ikan dengan bahan tambahan latoh.

Karena berbagai keterbatasan dalam penelitian, tidak semua populasi yang ada dijadikan sebagai sumber data penelitian, oleh karena itu dilakukan penarikan sampel. Sampel merupakan bagian dari populasi. Menurut Rofi'uddin (Alfianika, 2018) sampel adalah sejumlah contoh dari sebuah populasi yang memiliki karakter sama dengan populasi dan secara langsung dijadikan sumber data penelitian. Menentukan objek panelis dalam penelitian eksperimen inovasi produk nugget ikan dengan tambahan latho didasari dengan teori yang dikutip dari karya Mulyani (2016) yaitu panelis ahli dan panelis umum yang terlibat, dan juga terdapat jumlah minimal panelis dalam sebuah *kitchen project* yakni 6 orang panelis ahli dan 30 orang panelis umum.

3.1.2 Operasional Variabel

Komponen penting dalam sebuah penelitian yaitu variabel. Variabel merupakan gejala atau hal yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Secara teoritis variabel penelitian didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang memiliki variasi antara satu objek dengan objek lain. Variabel penelitian merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang, yang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

- a. Variabel bebas / Independent variable (X)
 - 1) Kualitas Produk (X1), kualitas merupakan karakteristik dari produk atau layanan yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan secara tersirat (Kotler dan Keller, 2012). Pada penelitian ini kualitas produk dijabarkan menjadi rasa, aroma, warna, dan tekstur produk.
 - 2) Harga Produk (X2), harga jual merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada barang atau jasa, yang ditukarkan konsumen karena memakai jasa atau memiliki barang tersebut, penjelasan tersebut disampaikan oleh Kotler & Keller (Kartika E, 2020).

- 3) Kemasan Produk (X3), UU No. 18 Tahun 2012 tentang pangan, menjabarkan bahwa definisi kemasan ialah bahan yang digunakan sebagai wadah dan/atau pembungkus pangan baik yang bersentuhan langsung maupun tidak langsung dengan produk pangan.

b. Variabel terikat / Dependent variable (Y)

Daya Terima Konsumen (Y), daya terima konsumen merupakan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk (Manzalina, 2019). Daya terima dalam penelitian ini dipengaruhi oleh tingkat kesukaan konsumen terhadap kualitas produk (rasa, aroma, warna, tekstur), harga produk, dan kemasan produk. Variabel tersebut dapat dijabarkan dalam tabel operasional variabel seperti yang tersaji dalam Tabel 3.2:

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
Komponen Gastronomi	Turgarini (2018:20) mengungkap kajian tentang aspek gastronomi yaitu gastronomi praktis (mengubah bahan baku menjadi makanan hidangan), gastronomi teoritis (ilmu pengetahuan), gastronomi teknis (performa, kinerja, evaluasi system), gastronomi makanan (pengembangan produk), dan	Menurut (Turgarini D., Gastronomi Sunda.dibagi menjadi.9 aspek meliputi: 1. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial 2. Etika & Etiket 3. Masak-memasak 4. Bahan baku 5. Mencicipi 6. Menghidangkan 7. Mempelajari 8. Mencari pengalaman yang unik 9. Pengetahuan gizi	1. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial 2. Etika & Etiket 3. Masakme masak 4. Bahan baku 5. Mencicipi 6. Menghidangkan 7. Mempelajari 8. Mencari pengalaman yang unik Pengetahuan gizi	Data diperoleh dari: 1. Penguasa 2. Pemerintah 3. Pekerja 4. Pemasok 5. Ahli 6. Pemerintah 7. Penikmat 8. Lembaga Swadaya Masyarakat 9. Media Informasi Dengan metode: 1. Wawancara

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
	gastronomi molekuler (transformasi fisiokimiawi pangan).			1. Studi dokumentasi Observasi langsung ke lapangan
Creativepreneurship (<i>Nona Helix</i>)	Menurut (Turgarini, 2021) Creativepreneurship merupakan wirausaha pangan atau makanan lokal berbasis kreativitas dimana para pelaku usaha menuangkan ide kreatif untuk memuali bisnis yang memiliki nilai tambah dalam	Menurut (Turgarini D. , The Salapan Cinyusu (<i>Nona Helix</i>) as a “creativepreneurship” support model for gastronomy tourism in Bandung city. Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research, 2021) Model Salapan Cinyusu/Nona Helix: 1. Bussines (Pengusaha	1. Pengusaha 2. Pemerintah 3. Pekerja 4. Pemasok 5. Ahli 6. Pemerintah 7. Penikmat 8. Lembaga Swadaya Masyarakat 9. Media Informasi	Data diperoleh dari: 1. Wawancara 2. Studi dokumentasi Observasi langsung ke lapangan

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
	<p>bentuk seni dan ilmu pengetahuan sehingga dapat menghasilkan produk yang inovatif. pengetahuan sehingga dapat menghasilkan produk yang inovatif.</p>	<p>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Governer (Pemerintah) 3. The worker (Pekerja) 4. The Supplier (Pemasok) 5. Expert (Ahli) 6. Observer (Pemerhati) 7. Connoisseur (Peknikma t) 8. NGO (Lembaga Swadaya Masyarakat) <p>Information Technology</p>		
<p>Kualitas Produk (X1)</p>	<p>Kualitas produk adalah nilai yang sesuai dengan kebutuhan, harapan dan</p>	<p>Peneliti akan melakukan uji organoleptik kepada 6 panelis ahli untuk membantu dalam menentukan</p>	<p>Data diperoleh dari hasil pengujian Organoleptik yang di nilai oleh panelis ahli dengan</p>	<p>Ordinal</p>

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
	keinginan konsumen karena kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen (N. Sukmawati & Ekasasi, 2020)	kualitas produk dari formulasi resep yang tepat.	indikator penilaian yaitu: - warna - rasa - penampilan - porsi - tekstur - bentuk - aroma - tingkat kematangan (Rizkiyah <i>et al</i> , 2021)	
Harga Jual Produk (X2)	Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada baran g atau jasa, yang ditukarkan konsumen karena memakai jasa atau	Harga jual produk diambil dari biaya pokok produk, yang meliputi biaya bahan baku, serta biaya overhead, selanjutnya dijumlahkan dengan keuntungan yang diharapkan.	Data diperoleh dari menghitung seluruh biaya bahan baku dan biaya overhead yang dikeluarkan selama pembuatan produk, kemudian ditambahkan persentase	Ordinal

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
	memiliki barang tersebut, Kotler & Keller (Kartika, 2020)		25% dari total HPP sebagai keuntungan.	
Kemasan produk (X3)	Kemasan digunakan untuk melindungi sebuah produk dari paparan bakteri, selain itu kemasan memiliki peran penting sebagai media promosi untuk menarik perhatian konsumen agar	Peneliti akan membuat desain kemasan dan menentukan desain kemasan yang dapat menarik minat beli konsumen	Data diperoleh dengan menentukan kemasan dan mendesain label disesuaikan dengan beberapa aspek berikut: kesesuaian bahan, ukuran, dan bentuk kemasan yang disesuaikan dengan memperhatikan faktor keamanan, ekonomis dan ergonomis.	Ordinal

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
	melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Bahar et al., 2020)		Informasi dalam label memberikan informasi jelas yang memuat nama produk, komposisi, berat bersih, kode produksi, dan kadaluarsa, asal usul pangan tertentu. (Nugrahani, 2015)	
Daya terima konsumen (y)	Daya terima konsumen merupakan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk (Manzalina, 2019).	Penilaian sebuah produk dalam hal disukai atau tidaknya produk tersebut oleh calon konsumen. Penilaian tingkat kesukaan terhadap produk dinilai dengan skala kesukaan, yang kemudian dapat dirubah menjadi data angka.	Data diperoleh dari hasil uji kesukaan atau uji hedonik, yang dilihat dari aspek: a. Rasa b. Tekstur c. Aroma	Ordinal

Instrumen	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
			d. Harga produk e. Kemasan Produk	

Sumber: Data diolah penulis (2023)

3.2 Instrumen Penelitian

Pada penelitian sangat diperlukan dalam penelitian ini Pengumpulan data, metode tes yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes produk dengan uji sensori sebagai uji penerimaan konsumen, Tentukan kemasan dan pelabelan.

Tabel 3. 3
Intrumen pengujian

Variabel penelitian	Indikator
Uji organoleptik	a. Warna b. Aroma c. Rasa d. Tekstur e. Penampilan
Kemasan dan label	Faktor keamanan dan berisi informasi yang diperlukan
Harga jual	Harga pokok penjualan

Sumber: Data diolah penulis, 2023

3.3 Kitchen Project

Sebelum mendapatkan resep yang paling cocok Eksperimen dilakukan dalam bentuk proyek dapur untuk pengujian Formula Standar/Resep yang memberikan hasil paling sesuai. Beberapa Output berisi daftar bahan yang digunakan, Petunjuk

penyiapan bahan, takaran dan jumlah sajian, informasi gizi, dan peralatan yang dibutuhkan selama proses produksi.

3.4 Uji Produk

Percobaan tahap ini menggunakan Rancangan Acak Kelompok (RAK) dengan 3 Perlakuan (sampel) kepada panelis terlatih. Hasil konsentrat terbaik akan diujikan Kembali dengan satu produk control. Selanjutnya akan dilakukan uji hedonic kepada konsumen.

- 1) Formulasi Latoh, Ikan Kakap Merah, Tepung Tapioka memiliki perbandingan
20% : 40% : 40%
- 2) Formulasi Latoh, Ikan Kakap Merah, Tepung Tapioka memiliki perbandingan
40% : 35% : 25%
- 3) Formulasi Latoh, Ikan Kakap Merah, Tepung Tapioka memiliki perbandingan
60% : 10% : 30%

3.5 Uji Organoleptik

Uji organoleptik merupakan uji yang dilakukan apabila didesain untuk memilih salah satu produk dari beberapa sampel yang dibuat, Steyaningsih, *et all* (Fadriowati, 2017). Pengujian organoleptik yang terdiri dari rasa, aroma, dan warna produk dengan skala penilaian 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Hasil dari penilaian tersebut untuk menunjukkan tingkat kesukaan terhadap produk yang akan di uji, peneliti ini melakukan 3 pengujian dengan formulasi yang berbeda yang diberikan kepada panelis ahli dan panelis terlatih.

3.6 Uji Hedonik

Uji hedonik sering digunakan untuk menilai produk akhir dengan menguji kesukaan terhadap panelis dengan mengemukakan tingkat kesukaan seperti:

Skala 5: Sangat Setuju

Skala 4 : Setuju

Skala 3 : Cukup Setuju

Skala 2 : Tidak Setuju

Skala 1 : Sangat Tidak Setuju

Uji hedonik dapat di ubah menjadi skala numerik dengan angka mutu menurut tingkat kesukaan untuk menilai secara organoleptik terhadap komoditas sejenis atau produk pengembangan. Dalam analisisnya, uji hedonik menggunakan analisis keragaman atau *Analisis of Variance* (ANOVA). ANOVA digunakan adalah *oneway anova* untuk menguji hipotesis penelitian dengan hasil akhir adalah nilai F test atau F hitung yang kemudian dibandingkan dengan nilai pada tabel f. Jika f hitung lebih dari f table, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

3.7 Pembuatan Kemasan dan Label

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Berikut adalah fungsi kemasan menurut Klimchuk dan Krasovec (2006) yaitu; 1) Melindungi dari kotoran debu dan udara luar; 2) Membungkus; 3) Menjaga produk saat pengiriman; 4) Aman untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu; 5) Sebagai identitas yang membedakan sebuah produk di pasar. Kemasan yang akan digunakan untuk produk Nugget ikan latoh ini menggunakan plastik dengan jenis *vacuum nylon bag* yang memang difungsikan untuk *frozen food*. Kemudian kemasan dilengkapi dengan logo dan label sesuai dengan ketentuan label Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 sebagai berikut; 1) Nama Produk Pangan; 2) Keterangan Bahan yang Digunakan dalam Pangan; 3) Berat Bersih Atau Isi Bersih Pangan; 4) Nama dan Alamat Pabrik Pangan; 5) Tanggal Kedaluwarsa Pangan; 6) Nomor Pendaftaran Pangan; 7) Kode Produksi Pangan; 8) Penggunaan atau Penyajian dan Penyimpanan Pangan.

3.8 Penentuan Harga Jual Produk

Langkah selanjutnya yaitu menganalisis harga jual nugget ikan dengan bahan tambahan latoh yang dihitung dari harga pokok produksi yang mencakup

biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*. Besaran persentase yang digunakan untuk menentukan harga jual produk adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Penentuan Harga Jual

<i>Food Cost</i>	40%
<i>Labour Cost</i>	20%
<i>Overhead</i>	15%
<i>Net Profit</i>	25%
<i>Selling Price</i>	100%

Sumber: data diolah, 2023

Perhitungan harga jual dapat dihitung menggunakan rumus dibawah:

$$\text{Harga Jual} = (\text{Total Cost/Persentase food cost}) \times 100\%$$

3.9 Strategi Pemasaran

Penulis akan menentukan strategi pemasaran dengan menentukan 4 P yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*. *Product* yang penulis jual merupakan nuget ikan latoh yang akan dipasarkan kepada konsumen yang memiliki anak usia 2-12 tahun yang susah makan ikan dan sayur serta membutuhkan produk yang praktis. *Price* merupakan nilai produk yang dapat dirasakan oleh konsumen. *Place* merupakan lokasi dimana konsumen dapat membeli produk yang disediakan, maka dari itu penulis akan menempatkan penjualan produk di kota jepara lalu akan dipasarkan lebih luas lagi melalui media sosial. *Promotion* merupakan cara mempromosikan produk agar dapat menjangkau target pasar sehingga menghasilkan penjualan, maka dari itu cara mempromosikan produk ini adalah dengan membuat brosur dan juga media sosial lain seperti Instagram, Tiktok, dan Whatsapp untuk menjangkau konsumen lebih maksimal. Setelah ditentukan makan akan dilanjutkan dengan konsep STP (*segmenting, targeting, dan positioning*). Seiring berjalannya waktu dan teknologi semakin berkembang maka dilakukan juga

konsep pemasaran digital (*digital marketing*). Inovasi produk nugget ikan dengan menggunakan bahan tambahan latoh ini memiliki beberapa strategi dalam pemasarannya melalui keunggulan produk dan rencana-rencana dalam pemasaran, yakni:

1. mempromosikan bahwa nugget ikan dengan menggunakan bahan tambahan latoh ini memiliki kelebihan yaitu dapat memenuhi gizi baik dan kalsium tinggi di dalamnya;
2. menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dengan mempertimbangkan hal lainnya; dan
3. menggunakan social media yang banyak digunakan masyarakat dengan mengampanyekan manfaat dibalik nugget ikan dengan menggunakan bahan tambahan latoh serta menaruhnya di *market place* agar mempermudah proses jual beli.

3.10 Uji Daya Terima Konsumen

Uji penerimaan konsumen dilakukan dengan cara pengajuan Panelis berkesempatan untuk mencicipi produk yang diuji berupa nugget ikan dengan tambahan latoh. Tes Penerimaan Konsumen berfungsi sebagai tolok ukur seberapa baik konsumen menerima produk.

Rumus yang digunakan terbagi menjadi skor maksimal, skor minimal, dan kelas interval sebagai tolak ukur untuk menilai kualitas produk dari hasil penilaian yang diberikan konsumen, yaitu:

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

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

$$\text{Kelas Interval (C)} = \frac{S_{\max} - S_{\min}}{k}$$

Keterangan:

N = jumlah responden

K = jumlah skor

3.11 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Studi Literatur Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari buku, majalah, atau yang berkenaan dengan masalah dan tujuan penelitian (Danial dan Warsiah, 2009). Teknik ini digunakan dengan maksud untuk mengungkapkan berbagai teori- teori yang terkait dengan permasalahan sebagai bahan rujukan dalam pembahasan hasil penelitian. Studi literatur dibutuhkan peneliti untuk mencari informasi atau data tambahan lainnya mengenai teori ataupun metode penelitian. Peneliti mencari serta mempelajari buku, jurnal, dan website terpercaya yang berhubungan dengan pengolahan ampas tahu yang bisa membantu proses dari penelitian.
- 2) Eksperimental Penulis melakukan eksperimen terhadap produk yang akan diteliti, yaitu nugget ikan latoh sehingga mendapatkan data yang valid dan dapat dianalisis.
- 3) Studi Dokumentasi Dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi berupa buku, catatan, dokumen, angka tertulis dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2009). Peneliti akan membutuhkan dokumentasi dalam bentuk foto maupun video untuk melengkapi sumber data serta menjadi penguat atas data yang sudah dikumpulkan mengenai proses pembuatan nugget ampas tahu.
- 4) Kuesioner Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dan informasi sebagai bahan dasar penyusunan hasil penelitian mengenai uji organoleptik dan uji daya terima konsumen terhadap nugget ikan latoh

3.12 Analisis Data

Metode analisis data kuantitatif adalah metode komputasi dan statistik yang berfokus pada analisis statistik, matematik atau numerik dari kumpulan data, menggunakan aplikasi SPSS. Pada penelitian kuantitatif, kegiatan analisis data meliputi pengolahan dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk

mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Penyajian data dan analisis data melalui data yang terkumpul 100 dari lapangan bisa disajikan dalam bentuk tabel, grafik, maupun diagram.

3.13 Alat Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data serta informasi penelitian dengan studi literatur, melakukan eksperimen dengan *kitchen project* dengan merancang beberapa resep yang kemudian akan diuji organoleptik melalui lembar kuesioner, google form untuk uji data terima konsumen, dan dokumentasi seperti foto sebagai bukti purnunjang.