

## BAB 3 METODE PENELITIAN

### 3.1. Desain Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu Selai Susu dengan penambahan Teh. Sementara itu yang dijadikan subjek dalam penelitian yang dilakukan penulis yaitu seorang panelis yang terbagi kedalam panelis Semi Terlatih dan panelis konsumen.

### 3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode eksperimental dan pendekatan kuantitatif dengan melakukan Uji Hedonik pembuatan produk dari teh menjadi bentuk Selai dengan menggunakan empat formulasi resep yang memiliki skala perbandingan komposisi. Lalu akan diuji kualitas produknya oleh 30 panelis semi terlatih, sehingga dapat menemukan kualitas produk yang terbaik dengan resep yang terpilih, lalu menetapkan kemasan dan label yang akan digunakan, serta menentukan harga jual dan strategi pemasaran dari produk Selai tersebut.

### 3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah individu ataupun kelompok subjek pada penelitian yang akan diamati sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan oleh peneliti. Subjek penelitian mengenai Selai susu teh ini merupakan wisatawan yang ke Kabupaten Bandung dengan usia 15-75 tahun. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang menjadi subjek penelitian, sampel akan berfungsi untuk mempermudah pengambilan data karena jumlah sampel tidak sebanyak jumlah populasi. Dengan kata lain pada penelitian ini, sebanyak 25-30 panelis semi terlatih termasuk kedalam bagian sampel, sebelum dilakukannya pengujian lebih lanjut, berikut adalah kriteria panelis:

**Table 3.1 Kriteria Panelis Ahli dan Panelis Konsumen**

Panelis Semi Terlatih	
a. <i>Chef</i>	a. Berusia minimal 15 tahun
b. Akademisi	b. Tidak memiliki alergi susu
c. Pengusaha bidang <i>pastry and bakery</i>	c. Masyarakat yang pernah berkunjung ke Kabupaten Bandung

d. Mahasiswa yang mempunyai pengalaman pada bidang <i>pastry and bakery</i>	
---	--

Sumber : Data diolah Penulis, 2022

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

Berikut adalah rumus slovin:

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

Keterangan :

n = jumlah responden

k = jumlah skor

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

Berikut adalah hasil perhitungan sampel berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung pada tahun 2018.

$$N = 2.579.578$$

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

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

$$n = \frac{2.579.578}{1+(2.579.578 \times 0,1^2)}$$

$$n = 2.579.578 / (1+25.795,78)$$

$$n = 2.579.578 / 25.796,78 = 99.99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

### 3.4. Operasional Variabel

**Tabel 3.2** Tabel Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoretis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala Data
<b>Formula Resep</b>	Formulasi resep merupakan	Hal – hal yang harus tercantum adalah	Data yang diperoleh dari	Interval

	instruksi tertulis yang berisi mengenai informasi spesifik hal yang perlu dipersiapkan. (Suryadi, 2016, hlm. 15)	sebagai berikut : nama resep, daftar bahan yang digunakan, berat dan kuantitas makanan, petunjuk persiapan dan penyajian jumlah dan ukuran porsi, variasi makanan, nutrisi serta peralatan yang dibutuhkan.	penelitian standar resep yaitu : nama resep, daftar bahan, berat bahan, kuantitas, ukuran porsi, variasi, nutrisi dan peralatan yang dibutuhkan.	
<b>Kemasan dan Label</b>	Kemasan produk dan label memiliki fungsi sebagai pelindung produk yang berada di dalamnya, sebagai tempat untuk promosi dan menjadi sumber informasi dari produk yang disajikan. (Ermawati, 2019, hlm. 19)	Indikator yang perlu diperhatikan dalam pemilihan kemasan meliputi 5 aspek : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor Keamanan,</li> <li>2. Faktor Ekonomi,</li> <li>3. Faktor Distribusi,</li> <li>4. Faktor Komunikasi,</li> <li>5. Faktor Ergonomi.</li> </ol> Indikator yang perlu diperhatikan dalam pemilihan label meliputi : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Label tidak boleh menyesatkan</li> </ol> Memuat informasi yang diperlukan	Data yang diperoleh terdiri atas : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian bahan, ukuran, dan bentuk kemasan yang disesuaikan dengan memperhatikan faktor keamanan, ekonomis dan ergonomis</li> </ol> Informasi dalam label memberikan informasi jelas yang memuat nama produk, komposisi, berat bersih, kode produksi dan	Interval

			kadaluarsa, asal usul pangan tertentu.	
<b>Harga Jual</b>	Harga ditetapkan dengan cara menghitung biaya produksi dan pemasaran ditambah dengan jumlah tertentu sehingga bisa menanggung biaya-biaya langsung, <i>overhead</i> dan laba. (Kurniawan, 2014, hlm. 44).	Metode untuk menentukan harga jual (Suarsana, 2007, hlm. 40)  1. Harga pokok standar ( <i>Standard cost percentage</i> ) 2. Metode angka faktor ( <i>Factor cost percentage</i> ) 3. Metode tidak terstruktur ( <i>Unstructured method</i> )	Data yang diperoleh didapat dari proses menghitung harga pokok standar dengan persentase 40% dari biaya bahan baku.	Interval
<b>Uji Daya Terima Konsumen</b>	Daya terima konsumen ialah tingkat kesukaan atau ketidaksukaan pada produk yang diujikan. Uji daya terima konsumen memiliki aspek warna, aroma, rasa, tekstur,	Uji daya terima konsumen terhadap sebuah produk makanan meliputi rasa, warna, aroma, tekstur, dan penampilan (Sipahelut, et al, 2017, hlm.489).	Data yang diperoleh terdiri atas kesukaan terhadap: a. warna, b. aroma, c. rasa, d. tekstur, e. penampilan.	Interval

	penampilan. (Sakti, 2015)			
<b>Strategi Pemasaran</b>	<p>Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.</p> <p>(Kotler &amp; Amstrong, 2012, hlm. 72)</p>	<p>Tiga elemen dalam strategi Pemasaran, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Segmenting</i> adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku yang spesifik.</li> <li>2. <i>Targeting</i> yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen sebagai sasaran.</li> <li>3. <i>Positioning</i>, posisi produk perusahaan. Apa beda produk perusahaan dibandingkan kompetitor dan keunggulannya.</li> </ol> <p>(Kotler, 2012, hlm. 292)</p>	Data diperoleh dengan menentukan 4P, yaitu: <i>Product, Place, Price</i> dan <i>Promotion</i> , lalu menentukan strategi <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> .	Interval

<b>Bentuk Promosi</b>	Menurut Kotler dan Armstrong (2012, hlm. 62), Pemasaran merupakan unsur yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi dan menarik perhatian pasar mengenai produk atau jasa yang baru melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi	Bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2012, hlm. 408) terdiri atas beberapa elemen, tiga diantaranya adalah sebagai berikut : 1. <i>Sales Promotion</i> 2. <i>Online Promotion</i> <i>Word of Mouth</i>	1. Menentukan segmentasi dan target pasar yang akan dijadikan konsumen. 2. Publisitas produk Selain untuk melalui media digital sebagai langkah awal untuk memperkenalkan dan membangun image produk di pasar. 3. Promosi penjualan melalui media digital, <i>word of mouth</i> dan mengadakan diskon.	Interval
-----------------------	--	---	--	----------

Sumber : Data diolah Penulis, 2022

### 3.4. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian diperlukan instrumen penelitian yang dipergunakan sebagai alat bantu pengumpulan data. Metode uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji produk melalui uji organoleptik sebagai tolak ukur kesukaan dan uji daya terima konsumen, menentukan kemasan dan label.

**Tabel 3.3** Instrumen Untuk Pengujian Selai susu teh

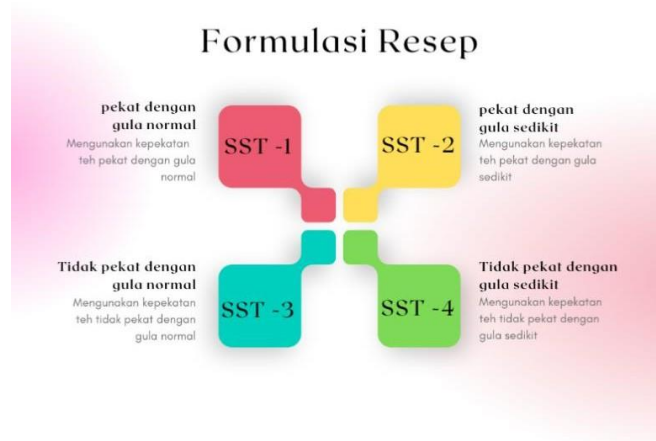
Variabel Penelitian	Indikator	Nomor Soal
Uji Organoleptik	1. Warna 2. Aroma 3. Rasa 4. Tekstur 5. Penampilan	<b>1-5</b>
Kemasan	1. Faktor Keamanan, 2. Faktor Ekonomi 3. Faktor Komunikasi 4. Faktor Ergonomi	<b>6-7</b>
Label	Memuat informasi yang diperlukan	<b>8</b>
Harga Jual	Harga pokok penjualan	<b>9</b>

### 3.4.1. Kitchen Project

Dalam penelitian ini, sebelum mendapatkan resep yang sesuai akan dilakukan eksperimen berupa *kitchen project* untuk menguji formula resep mana yang mendapatkan hasil paling baik. Adapun hal – hal yang harus dihasilkan setelah melakukan *kitchen project* yaitu menghasilkan satu formula resep yang terdiri atas nama resep, daftar bahan yang digunakan, berat dan kuantitas makanan, arahan untuk menyiapkan dan menyajikan makanan, jumlah dan ukuran porsi, variasi makanan, nilai gizi serta peralatan yang dibutuhkan.

#### 3.4.1.1. Uji Produk

Setelah mendapatkan formulasi resep produk yang sesuai, peneliti akan membandingkan keempat perlakuan produk uji dengan tujuan untuk menemukan produk terpilih yang paling baik dalam segi warna, aroma, rasa, tekstur, tampilan dan kandungan gizinya, Adapun rancangan percobaan Selai susu teh yang disingkat sebagai SST dengan formulasi resep, yaitu sebagai berikut:

**Gambar 3.1** Formulasi Resep

Sumber (Data Diolah Peneliti 2022)

### 3.4.1.2. Uji Organoleptik

Uji organoleptik merupakan uji yang bertujuan untuk menentukan kualitas mutu dari suatu produk dengan menggunakan alat indera manusia sebagai alat pengukur daya terima yang paling disukai. Teknik penilaian dilakukan dengan skala 1-5 menggunakan uji organoleptik dengan indikator rasa, warna, aroma, tekstur dan penampilan. Hasil dari penilaian tersebut untuk menunjukkan tingkat kesukaan terhadap produk yang akan di uji, peneliti ini melakukan 4 pengujian dengan formulasi yang berbeda yang diberikan kepada panelis terlatih dan semi terlatih (15-30 orang).

### 3.4.1.3. Uji Hedonik

Dalam uji hedonik, panelis diminta tanggapan pribadinya tentang kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap produk yang dinilai. Penilaian kesukaan dan ketidaksukaan dinyatakan dalam bentuk skala hedonik sebagai berikut:

1. Sangat suka
2. Suka
3. Netral
4. Tidak suka
5. Sangat tidak suka



Analisis respon uji hedonik yaitu setelah di lakukan uji data yang didapat dengan skala hedonik di bandingkan dengan skala numeriknya setelah itu dilakukan uji statistik. Sifat indrawi yang dapat dinilai yaitu sifat inderawi umum (rasa, aroma, tekstur, warna). Dalam analisis hedonik, uji hedonik menggunakan analisis keragaman atau *analysis of variance* (ANOVA). Anova adalah sebuah analisis statistik yang menguji perbedaan rerata antar grup. Grup disini bisa berarti kelompok atau jenis perlakuan, dan akan melakukan uji lanjutan jika hasil dari *uji analysis of variance* tidak menunjukkan hasil yang signifikan maka akan di uji kembali menggunakan *Duncan Multiple Range Test* (DMRT)

#### 3.4.1.4. Menentukan Kemasan dan Label

Kemasan produk dan label memiliki fungsi sebagai pengaman produk yang terdapat di dalamnya, sebagai media promosi dan informasi dari produk yang bersangkutan. (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 atas nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, keterangan kedaluwarsa dan asal usul bahan pangan tertentu.

#### 3.4.1.5. Menentukan Nilai gizi

Cara perhitungan kandungan nilai gizi produk yang bertujuan untuk meyakinkan adanya kandungan gizi pada produk dilakukan dengan cara:

**Gambar 3.2** Perhitungan Nilai Gizi

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

Sumber : BPOM RI, 2013

### 3.4.1.6. Menentukan Harga jual Produk

Tahap selanjutnya yaitu menganalisis mengenai harga jual Selai susu teh. Perhitungan harga jual dihitung dari harga pokok produksi dan selanjutnya dapat dihitung harga jualnya. Menurut (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:

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{Basic cost}}{\text{Presentase food cost}} \times 100\%$$

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

<i>Food Cost</i>	30%
<i>Labour Cost</i>	15%
<i>Overhead</i>	20%
<i>Net Profit</i>	10%
<i>Selling Price</i>	100%

### 3.4.2. 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, hlm. 33), 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 Selai Teh ini menggunakan Toples Kaca. 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.

### 3.5. Penentuan Strategi pemasaran

Hal pertama yang akan dilakukan oleh penulis untuk menentukan strategi pemasaran adalah dengan menentukan 4P yaitu *Product*, *Place*, *Price* dan *Promotion*, lalu menentukan strategi STP (*segmenting*, *targeting* dan *positioning*) pada produk Selai susu teh.

### 3.6. Menentukan Bentuk Promosi

Bentuk promosi yang dapat dilakukan dalam penelitian ini yaitu melalui sales promotion dengan memberikan diskon pada waktu tertentu, memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi digital, dan memanfaatkan word of mouth sebagai bentuk promosinya.

Langkah untuk melakukan pemasaran produk Selai susu teh yaitu :

1. menentukan segmentasi dan target pasar yang akan dijadikan sebagai konsumen.
2. memublikasikan produk Selai untuk melalui media digital sebagai langkah awal untuk memperkenalkan dan membangun image produk di pasar.
3. promosi penjualan melalui kegiatan pemasaran menggunakan media digital.

### 3.7. Daya Terima Konsumen

Uji daya terima konsumen dilaksanakan dengan memberikan kesempatan kepada panelis (100 orang) untuk mencoba produk uji, produk yang diberikan adalah produk Selai susu teh. Langkah ini dipakai untuk mengukur seberapa baik respon konsumen terhadap produk Selai susu teh.

Rumus untuk menghitung skor maksimal, skor minimal dan kelas interval sebagai tolak ukur untuk menilai kualitas produk dari penilaian konsumen adalah sebagai berikut:

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

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

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

### 3.8. Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling *non probability* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan suatu pertimbangan tertentu dan memiliki tujuan khusus mengenai Selai susu teh sebagai makanan khas Kabupaten Bandung khususnya kertasari dan pangalengan.

### 3.9. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari dua kelompok data yaitu data primer dan data sekunder.

#### 3.9.1. Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian:

1. Studi Literatur

Digunakan untuk mengumpulkan data dan teori yang selaras dengan topik yang diteliti yang diperoleh dari karya ilmiah dan jurnal ilmiah.

2. Eksperimental

Penulis melakukan eksperimen terhadap produk yang diteliti, yaitu Selai susu teh. Sehingga memperoleh data yang valid dan dapat dianalisis.

3. Dokumentasi

Penulis melakukan dokumentasi selama proses penelitian yang digunakan sebagai bukti penunjang pada penelitian ini.

4. Kuisisioner

Kuisisioner digunakan untuk menguji tingkat kesukaan panelis dan sebagai uji daya terima konsumen untuk memperoleh penilaian daya terima terhadap rasa, warna, aroma, tekstur, dan tampilan yang dihasilkan dari penelitian. Terhadap Selai susu teh.

#### 3.9.2. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data atau instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu berupa lembar catatan, daftar kuisisioner, dokumentasi, dan eksperimen.