

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian eksperimental menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptis, kuisioner, dan eksperimental. Metode penelitian eksperimental adalah suatu jenis penelitian yang diarahkan secara sistematis, cermat, dan rasional untuk mengendalikan suatu situasi tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kondisi eksperimental sambil mengamati dampak atau pengaruh dari perlakuan yang diberikan (Akbar dkk., 2023). Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, pada dasarnya mengubah data hasil penelitian menjadi deskripsi angka yang mudah dipahami dan dipahami (Hikamawati, 2017).

Pada penelitian menggunakan metode eksperimental. Metode eksperimental adalah jenis penelitian yang berfokus pada investigasi hubungan sebab-akibat dengan memasukkan variabel kontrol (Sahir, 2021). Adapun penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif, yang memberikan hasil deskripsi mengenai ubi rancing Desa Cimaung. Menurut Zellatifanny & Mudjiyanto (2018) penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang status gejala saat ini. Penelitian deskriptif tidak menguji hipotesis tertentu, hanya menggambarkan variabel, gejala, atau keadaan saat ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan alat bantu kuesioner untuk pengujian uji statistik, dilanjutkan pengolahan data dari hasil kuesioner untuk mengetahui uji dari daya terima konsumen sebagai pendekatan kuantitatif. Sebelum uji organoleptik dilakukan *kitchen project* untuk menentukan resep baku untuk produk. Hasil dari uji organoleptik dan uji daya terima konsumen akan dijelaskan secara deskriptif.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada objek atau sekelompok individu yang diteliti oleh peneliti melalui observasi, membaca, atau melakukan penelitian yang berhubungan dengan masalah penelitian. Semua data atau informasi yang dikumpulkan dari sumber penelitian kemudian dapat diakses dan diproses menjadi data (Nasrullah dkk., 2023). Objek penelitian ini adalah ubi jalar rancing. Ubi jalar rancing akan diolah sebagai bahan baku untuk pembuatan mie basah dalam mie ,

bertujuan untuk menggantikan karbohidrat yang terkandung dalam tepung terigu dan gluten *free*.

Subjek penelitian sesuatu yang secara langsung terkait dengan masalah yang ingin diteliti dan tempat data dapat diperoleh dalam penelitian. Maka, subjek penelitian menjadi fokus utama dalam pengumpulan data penelitian (Nasrullah dkk., 2023). Subjek penelitian yang disebut dengan panelis dalam penelitian ini adalah panelis semi terlatih dalam bidangnya seperti *chef*, pengusaha bidang kuliner, staff departemen dari *Rnd* atau *QC*, pihak akademis yang menguasai pada bidang kuliner, serta mahasiswa yang telah menjalani *on the job training* pada bidang kuliner.

3.3 Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari perorangan yang memiliki kualifikasi tertentu. Menurut Amin dkk., (2023) menyatakan bahwa pengertian populasi secara umum merupakan elemen-elemen dalam penelitian yang mencakup objek dan subjek dengan ciri-ciri serta karakteristik khusus. Prinsip dasarnya, populasi merujuk pada seluruh anggota kelompok manusia yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana yang menjadi fokus kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi yang diambil pada penelitian ini ialah masyarakat umum.

3.4 Sampel

Amin dkk. (2023) sampel adalah bagian dari populasi yang berfungsi sebagai sumber data penelitian, dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi untuk menggambarkan seluruh populasi. Rencana penelitian harus menjelaskan teknik pengambilan sampel sehingga jelas dan tidak membingungkan saat dilapangan. Peneliti akan menggunakan panelis semi terlatih sebanyak 30 orang untuk menjadi sampel peneliti. Panelis yang semi terlatih memiliki pemahaman tentang karakteristik sensori yang akan dinilai, telah memiliki pengetahuan dasar, dan memahami penjelasan sensori (Anjani & Dwiyanti, 2013). Panelis yang digunakan pada uji organoleptik adalah sebanyak 30 orang panelis (Seveline dkk., 2020). Sedangkan untuk panelis konsumen menggunakan 100 orang berdasarkan Khairunnisa & Arbi (2021) menyatakan bahwa panelis konsumen bergantung pada target pemasaran suatu komoditi, panel konsumen terdiri dari 30-100 orang, yang memiliki karakteristik umum dan dapat disesuaikan dengan wilayah atau kelompok

tertentu. Sehingga peneliti memakai 30 sampel orang panelis semi terlatih dan 100 orang konsumen pada masyarakat umum. Dalam penelitian ini, rumus slovin digunakan oleh peneliti untuk menentukan ukuran sampel populasi.

Penentuan banyak sampel, menggunakan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Bandung pada tahun 2022 sebanyak 6.550.563 pengunjung. Berikut merupakan perhitungan sampel penelitian dalam menggunakan rumus slovin.

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

$$n = \frac{6.550.563}{1 + 6.550.563 (10\%)^2}$$

$$n = 99,9 = 100$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = Populasi (kunjungan wisata)

e = presentase kelonggaran ketidakterikatan (pada penelitian menggunakan 10%)

Jadi, berdasarkan hasil perhitungan diatas maka ditetapkan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden diambil dari wisatawan yang datang ke Kabupaten Bandung.

3.5 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah proses memilih sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel dan memperoleh pemahaman tentang karakteristik dari subjek yang dipilih sebagai sampel, sehingga dapat digeneralisasi untuk elemen populasi secara keseluruhan (Handayani 2020). Teknik dalam penarikan sampel terbagi menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Peneliti menggunakan teknik penarikan sampel non probabilitas (*Nonprobability Sampling*) dengan jenis *purposive sampling*. Amin dkk (2023) menyatakan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang setara bagi setiap unsur populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel, sedangkan *purposive sampling* merupakan penentuan sampel dengan mempertimbangkan faktor tertentu merupakan suatu metode yang sesuai

untuk penelitian kualitatif yang tidak melakukan generalisasi, dengan karakteristik penelitian mengenai kualitas makanan, dimana sumber data yang diambil merupakan orang yang ahli dalam makanan atau gizi. Teknik yang digunakan untuk mendapatkan sampel panelis pada produk mie ubi rancing.

3.5 Operasional Variabel

Operasional dalam variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk diperiksa untuk mendapatkan informasi tentangnya dan kemudian membuat kesimpulan (Sugiyono, 2019). Variabel yang diuji pada penelitian ini diantaranya yaitu kualitas produk mie ubi rancing yang terdiri dari kualitas produk, harga jual, kemasan, uji daya terima konsumen, pemanfaatan pangan lokal dan promosi yang digunakan akan dipaparkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Kualitas Produk	Kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka perlu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk sebagai dasar strategi pemasaran (Puspitasari & Wahyuningtyas, 2023).	Peneliti akan melakukan pengujian organoleptik dengan panelis semi terlatih untuk membantu dalam menilai kualitas produk berdasarkan formulasi resep yang sesuai.	Data yang diperoleh dari pengujian organoleptik dinilai oleh panelis semi terlatih menggunakan indikator penilaian berikut: a. Citra rasa b. Tekstur c. Ukuran sajian d. Aroma e. Warna f. Suhu g. Cara penyajian (Davis dkk., 2018).	Ordinal
Kemasan	Kemasan yang baik dapat melindungi produk dengan baik dari bahaya selama pendistribusian, penyimpanan, dan dapat memudahkan	Peneliti akan membuat desain kemasan yang menarik perhatian dan minat beli konsumen.	Data diperoleh melalui proses penentuan kemasan dan desain label yang disesuaikan dengan beberapa aspek berikut:	Ordinal

	pelanggan dalam membawa produk (Herudiansyah 2019).		<p>a. Bentuk, ukuran, dan jenis material yang digunakan dapat menjadi citra produk</p> <p>b. Memilih indikator kemasan diantaranya bahan, logo, warna, dan ukuran yang dapat meningkatkan kemasan lebih komunikatif</p> <p>c. Menjadi daya tarik konsumen yang baik untuk menarik perhatian (Astuti dkk., 2023).</p>	
Harga Jual	Penetapan harga jual produk perlu mempertimbangkan biaya produksi dan menghitung harga pokok produksi untuk mengukur keuntungan dari penjualan (Triharyati, 2019)	Peneliti akan menentukan harga jual produk mie berbahan ubi jalar rancing berdasarkan rumus perhitungan standar <i>cost percentage</i> .	Data yang diperoleh dengan mencirikan harga, yaitu: <p>a. Keterjangkauan harga</p> <p>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>c. Daya saing harga</p> <p>d. Keseuaian harga dengan manfaat</p> <p>e. Harga dapat mempengaruhi</p>	Nominal

			konsumen dalam menentukan keputusan (Indrasari, 2019)	
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran dianggap sebagai suatu sistem yang mencakup berbagai hubungan untuk merencanakan, menetapkan harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan produk dengan tujuan memuaskan kebutuhan konsumen (Widiastomo & Achsa, 2021).	Penelitian akan mengembangkan bisnis dengan memanfaatkan jejaring di sosial media dan teknik WOM (<i>Word of Mouth</i>) untuk memperkenalkan produk serta meningkatkan volume penjualan.	Data yang diperoleh dari unsur bauran pemasaran : 1. Harga 2. Produk 3. Tempat 4. Promosi (Kotler dan Armstrong, 2019)	Ordinal
Uji Daya Terima Konsumen	Uji daya terima merupakan keinginan atau kepuasan seseorang terhadap suatu benda atau objek dipengaruhi oleh karakteristiknya, yang menyebabkan orang tersebut menyukainya (Aryanti, 2021)	Peneliti melakukan uji daya terima konsumen terhadap produk mie ubi rancing kepada Masyarakat guna mengetahui daya terima terhadap produk mie ubi rancing.	Data yang diperoleh terdiri dari kesukaan terhadap: a. Warna, b. Aroma, c. Rasa, d. Bentuk e. Tekstur, f. Kemasan, g. Harga jual. (Zatil dkk., 2022)	Ordinal

Sumber : Data diolah penulis , 2024

3.6 Rancangan Percobaan

Kitchen project merupakan suatu rancangan percobaan menggunakan metode eksperimen dimana didalamnya melakukan pengujian untuk mendapatkan standar resep dalam menentukan suatu produk. Standar resep yang didapatkan melalui

Annisa Salsabilla, 2024

MODIFIKASI MIE BERBAHAN UBI JALAR RANCING AFKIR SEBAGAI VARIASI PRODUK UMKM DI KECAMATAN CIMAUNG

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

proses dalam kitchen project, terdiri dalam berbagai hal seperti nama resep, nama bahan dan peralatan yang diperlukan, kuantitas bahan, cara pembuatan, serta nilai gizi yang terkandung. Setelah menentukan formulasi resep, selanjutnya penulis membandingkan menjadi tiga resep untuk mendapatkan produk terbaik dari segi warna, aroma, rasa, tekstur, dan kandungan gizi untuk dapat diterima oleh konsumen. Adapun rancangan percobaan mie ubi rancing yang disingkat sebagai MUR dengan tiga formulasi resep sebagai berikut:

1. Kode MUR (Mie Ubi Rancing)

Kode MUR1 memuat formulasi resep mie ubi rancing dengan perbandingan 70% : 30% terhadap tepung : ubi jalar rancing. Maka formulasi resep yang dihasilkan sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Formula Resep Mie Ubi Rancing 1

Mie Ubi Rancing				
Jumlah yang dihasilkan		2 Porsi		
Waktu Memasak		30 Menit		
Adonan Mie				
No	Bahan	Berat	Satuan	Keterangan
1.	Tepung beras	68	gr	
2.	Tepung tapioka	22	gr	
3.	Ubi rancing	40	gr	Haluskan
4.	Air	180	gr	air panas
Peralatan dan Perlengkapan				
<i>Digital scale</i>		<i>Stove</i>		
<i>Pan</i>		<i>Spoon</i>		
<i>Bowl</i>		Cetakan mie		
<i>Silicon matt</i>		<i>rolling pin</i>		
<i>Strainer</i>		<i>Oven</i>		
Proses Pembuatan				
No	Mie Ubi Rancing			
1.	Panggang ubi rancing hingga matang, kemudian dikupas, lalu haluskan.			
2.	Campurkan ubi rancing dengan air hingga menjadi larutan ubi.			
3.	Pada mangkuk berbeda, campurkan tepung dan larutan ubi, lalu campurkan semuanya.			
4.	Siapkan cetakan mie dan rolling pin, lalu pipihkan mie.			
5.	Rebus mie selama 2 menit di air mendidih.			

Sumber : Data diolah penulis , 2024

2. Kode MUR (Mie Ubi Rancing)

Kode MUR2 memuat formulasi resep mie ubi rancing dengan perbandingan 50% : 50% terhadap tepung : ubi jalar rancing. Maka formulasi resep yang dihasilkan sebagai berikut.

Tabel 3. 3 Formula Resep Mie Ubi Rancing 2

Mie Ubi Rancing				
Jumlah yang dihasilkan		2 Porsi		
Waktu Memasak		30 Menit		
Adonan Mie				
No	Bahan	Berat	Satuan	Keterangan
1.	Tepung beras	48	gr	
2.	Tepung tapioka	16	gr	
3.	Ubi rancing	64	gr	Haluskan
4.	Air	128	gr	air panas
Peralatan dan Perlengkapan				
<i>Digital scale</i>		<i>Stove</i>		
<i>Pan</i>		<i>Spoon</i>		
<i>Bowl</i>		Cetakan mie		
<i>Silicon matt</i>		<i>rolling pin</i>		
<i>Strainer</i>		<i>Oven</i>		
Proses Pembuatan				
No	Mie Ubi Rancing			
1.	Panggang ubi rancing hingga matang, kemudian dikupas, lalu haluskan.			
2.	Campurkan ubi rancing dengan air hingga menjadi larutan ubi.			
3.	Pada mangkuk berbeda, campurkan tepung dan larutan ubi, lalu campurkan semuanya.			
4.	Siapkan cetakan mie dan rolling pin, lalu pipihkan mie.			
5.	Rebus mie selama 2 menit di air mendidih.			

Sumber : Data diolah penulis, 2024

3. Kode MUR (Mie Ubi Rancing)

Kode MUR 3 memuat formulasi resep mie ubi rancing dengan perbandingan 30% : 70% terhadap tepung : ubi jalar rancing. Maka formulasi resep yang dihasilkan sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Formulasi Resep Mie Ubi Rancing 3

Mie Ubi Rancing				
Jumlah yang dihasilkan		2 Porsi		
Waktu Memasak		30 Menit		
Adonan Mie				
No	Bahan	Berat	Satuan	Keterangan
1.	Tepung beras	30	gr	
2.	Tepung tapioka	10	gr	
3.	Ubi rancing	90	gr	Haluskan
4.	Air	80	gr	air panas
Peralatan dan Perlengkapan				
<i>Digital scale</i>		<i>Stove</i>		
<i>Pan</i>		<i>Spoon</i>		
<i>Bowl</i>		Cetakan mie		
<i>Silicon matt</i>		<i>rolling pin</i>		
<i>Strainer</i>		<i>Oven</i>		
Proses Pembuatan				
No	Mie Ubi Rancing			
1.	Panggang ubi rancing hingga matang, kemudian dikupas, lalu haluskan.			
2.	Campurkan ubi rancing dengan air hingga menjadi larutan ubi.			
3.	Pada mangkuk berbeda, campurkan tepung dan larutan ubi, lalu campurkan semuanya.			
4.	Siapkan cetakan mie dan rolling pin, lalu pipihkan mie.			
5.	Rebus mie selama 2 menit di air mendidih.			

Sumber : Data diolah penulis, 2024

3.6.1 Uji Organoleptik

Uji organoleptik (uji indera atau sensori) adalah uji bahan makanan yang mengukur kesukaan dan keinginan suatu produk. Ini menggunakan indera manusia untuk mengukur daya penerimaan produk (Gunandi dkk., 2021). Uji organoleptik berfungsi sebagai penentuan mutu serta kualitas dari suatu produk menggunakan indera manusia sebagai alat ukur atas penerimaan produk. Teknik yang dipakai dalam penilaian kesukaan suatu produk dilakukan melalui uji organoleptik dengan indikator rasa, warna, aroma, tekstur, serta penampilan melalui skala penilaian 1-5. Uji organoleptik akan dinilai oleh panelis semi terlatih dengan capaian hasil produk yang lebih disukai, dari tiga pengujian dengan formulasi resep yang berbeda.

3.6.2 Menentukan Kemasan dan Label

Menurut Herudianyah (2019) menyatakan bahwa kemasan yang baik dapat melindungi produk dari bahaya mulai dari pendistribusian hingga sampai ditangan pelanggan, selain itu membuat produk mudah dibawa oleh pelanggan. Sedangkan label produk merupakan identitas dari produk yang akan dijual, serta dapat membantu pelanggan dalam memilih produk serta dapat membantu perusahaan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kemasan bertujuan untuk melindungi produk agar tetap aman, serta kemasan menjadi cerminan atas produk didalamnya. Pada kemasan dilengkapi dengan label yang berisikan mengenai berbagai informasi yang terkandung pada produk yang dikemas seperti tanggal terakhir penyimpanan produk, informasi gizi, ataupun varian produk. Kemasan yang digunakan pada produk mie ubi rancing dengan menggunakan bahan dari plastik dan kemasan di vakum serta terdapat label berupa stiker pada atas kemasan. Kemasan yang dipakai memperhatikan faktor dari segi keamanan produk serta faktor ekonomis. Label yang digunakan menggunakan stiker yang terkandung informasi terkait mie ubi rancing berupa nama produk, komposisi, masa penyimpanan produk, dan berat bersih produk.

3.6.3 Menentukan Harga Jual Produk

Tahap selanjutnya peneliti menganalisis mengenai harga jual pada produk mie ubi rancing. Perhitungan dari harga jual dihitung dari harga pokok produksi serta rumus yang digunakan dan akan mendapatkan harga jual yang akan ditetapkan. Berikut rumus yang digunakan sebagai penentuan harga jual:

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

Gambar 3. 1 Rumus Harga Jual

Sumber : Data diolah penulis, 2024

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

Tabel 3. 5 Persentase Harga Jual

<i>Food Cost</i>	30%
<i>Labour Cost</i>	30%
<i>Overhead</i>	25%
<i>Nett Profit</i>	15%
<i>Selling Price</i>	100%

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Hasil dari perhitungan rumus tersebut, peneliti akan menentukan harga jual bagi produk mie ubi rancing, dengan membandingkan harga jual yang berada di pangsa pasar terlebih dahulu.

3.6.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data diuraikan sebagai berikut:

1. Studi Literatur atau Studi Pustaka, mencari teori yang relevan dengan penelitian yang dibahas.
2. Dokumentasi, mendokumentasikan pembuatan produk menggunakan foto dari awal hingga akhir penelitian sebagai bukti penelitian.
3. Eksperimental, melakukan percobaan terhadap produk mie ubi rancing.
4. Kuesioner, dilakukan untuk penilaian dari panelis terhadap tingkat kesukaan terhadap produk mie ubi rancing.

Alat pengumpulan data atau instrument yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian ini yaitu berupa lembar catatan, daftar kuesioner, dokumentasi, dan eksperimen.

3.6.5 Analisis Data

1. Uji Analisis Sensori

Uji analisis sensori yang dilakukan oleh peneliti adalah uji organoleptik dan uji hedonik yang dilakukan untuk mendapatkan kesukaan para panelis terhadap produk. Peneliti membuat tiga sampel dari formulasi resep mie ubi rancing dengan kode MUR1, MUR2, dan MUR3. Uji organoleptik dilakukan terhadap panelis semi ahli sebanyak 30 orang, yang terdiri atas *chef*, pengusaha bidang kuliner, staff departemen dari *Rnd* atau *QC*, pihak akademis yang menguasai pada bidang kuliner, serta mahasiswa yang telah menjalani *on the job training* pada bidang kuliner. Sedangkan uji hedonik dilakukan pada panelis konsumen sebanyak 100 orang. Penilaian dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala satu hingga lima

dimana menunjukkan tingkat kesukaan terhadap citra rasa, tekstur, ukuran sajian, aroma, warna, suhu, dan cara penyajian.

Peneliti menggunakan teknik analisis dengan metode ANOVA. Menurut Septiadi & Ramadhani (2020), ANOVA adalah uji hipotesis statistik yang digunakan untuk membuat kesimpulan dari data atau kelompok statistik inferensial. Dalam uji ANOVA, hipotesis nol menyatakan bahwa data berasal dari populasi yang sama secara acak sederhana, menunjukkan harapan *mean* dan *varians* yang identik. Dalam konteks penelitian ini, metode ANOVA yang digunakan adalah *one-way* (satu arah). *One-Way* ANOVA, atau analisis ragam satu arah, diterapkan untuk menguji efek perlakuan atau rata-rata dalam eksperimen dengan satu faktor yang terdiri dari tiga atau lebih kelompok (Kadir, 2023).

Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner para panelis semi terlatih, data dikumpulkan dalam Microsoft Excel untuk mempermudah pendataan. Pengolahan data yang diperoleh akan diolah menggunakan aplikasi SPSS dengan uji DMRT (*Duncan Multiple Range Test*). Uji statistik nonparametrik DMRT dapat digunakan apabila pada konteks di mana efek-efek dari suatu perlakuan yang hendak dibandingkan tidak direncanakan sebelumnya. Uji DMRT melakukan perbandingan yang multipel (semua pasangan dibandingkan) dalam situasi ini, dengan nilai-nilai pembanding meningkat seiring dengan jarak peringkat antara dua perlakuan yang dibandingkan.

3.6.6 Uji Daya Terima Konsumen

Uji daya terima konsumen dilakukan sebagai daya tolak ukur dalam mengukur tingkat kesukaan dan daya terima konsumen terhadap produk dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Uji daya terima konsumen memberikan kesempatan pada para panelis dengan mencoba produk mie ubi rancing. Uji daya terima konsumen dilakukan kepada masyarakat umum sebanyak 100 orang panelis. Karakteristik produk yang diujikan adalah uji hedonik dengan mengujikan kualitas produk (citra rasa, tekstur, ukuran sajian, aroma, warna), kemasan, harga jual, dan terkait dari strategi pemasaran. Lalu skor akan dihitung dari hasil data dengan mengalikan nilai skala dengan jumlah frekuensi setiap nilai skala. Hasil tersebut akan dijumlahkan dan dikategorikan menggunakan tabel skor kelas interval. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut.

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

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

$$\text{Kelas interval} = \frac{\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimal}}{\text{Banyak Kelas}}$$

3.6.7 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dianggap sebagai suatu sistem yang mencakup berbagai hubungan untuk merencanakan, menetapkan harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan produk dengan tujuan memuaskan kebutuhan konsumen (Widiastomo & Achsa, 2021). Strategi pemasaran yang akan digunakan oleh peneliti ialah teknik WOM (*Word of Mouth*) serta menggunakan media sosial yaitu instagram. Teknik WOM digunakan guna memperkenalkan lebih jauh mengenai produk dengan cara merekomendasikan produk kepada calon konsumen secara langsung. Media sosial digunakan sebagai media promosi secara daring, media sosial yang digunakan yaitu instagram. Saat ini, peran media sosial sangat penting bagi melakukan sebuah promosi guna menjangkau konsumen lebih jauh. Menurut Kotler dan Armstrong (2019) menyatakan berikut merupakan empat unsur dari bauran pemasaran.

1. Harga = Harga yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan harga yang beredar dipasaran serta sesuai dengan perhitungan *food cost*.
2. Produk = Bahan yang digunakan oleh peneliti menggunakan kualitas terbaik dengan packaging yang sesuai dan menarik.
3. Tempat = Tempat yang digunakan menggunakan *platform* media sosial serta penjualan secara offline store di Cimaung.
4. Promosi = Promosi dilaksanakan di media sosial dengan mengenalkan produk memakai video dan foto yang mencerminkan produk.