

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek di dalam penelitian merupakan permasalahan yang diteliti oleh penulis. Objek yang diteliti yaitu *Mousse* bajigur. Sedangkan yang merupakan subjek penelitiannya adalah daya terima konsumen. Panelis mengambil responden terlatih /ahli pada bidang makanan, dan 100 panelis yang tidak terlatih untuk mengetahui daya terima konsumen. Uji parameter organoleptik tentang rasa, warna, aroma, bentuk dan tekstur dalam penelitian ini adalah panelis ahli yang tidak mengalami gangguan dalam menentukan rasa makanan.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu metode penelitian eksperimental yang paling ampuh untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menambahkan penelitian eksperimental dapat mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali (Sugiyono, 2012, : 109)

Penentuan subjek penelitian dilakukan secara deskriptif analitik dimana meliputi populasi penelitian, teknik penelitian, pengambilan sampel dan variabel penelitian. Setelah itu akan dilakukan uji organoleptik dan uji hedonik kepada panelis tentang inovasi produk *mousse* bajigur. Kemudian melakukan uji daya terima konsumen dengan memberikan sampel dan kuisioner.

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel disusun berdasarkan apa yang dapat diamati dan diukur tentang variabel dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2010:58). Variabel yang akan diteliti khususnya tentang formulasi *mousse* Bajigur dan uji daya terima konsumen. Oleh karena itu peneliti menjabarkan tentang operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep teoritis	Konsep empiris	Konsep analisis	Skala data
Organoleptik (kualitas Produk)	<p>Standar kualitas suatu mutu makanan. Hal-hal yang harus diperhatikan adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Flavor</i> (rasa/bau) 2. <i>Consistency</i> (kemantapan / ketetapan) 3. <i>Texture/form/shape</i> (susunan/bentuk/potongan) 4. <i>Nutritional content</i> (kandungan gizi) 5. <i>Visual appeal</i> (daya penarik lewat bau harum) <p>(Marsum, 2005:159)</p>	<p>Mutu makanan harus sangat diperhatikan karena akan membangun persepsi konsumen tentang kualitas produk.</p>	<p>Data diperoleh dengan uji deskripsi dan uji hedonik terhadap rasa, kemantapan (formula resep), bentuk, tekstur, daya penarik lewat ketajaman mata (dilihat dari warna), aroma dan porsi atau ukuran sajian</p>	Ordinal
Uji daya Terima konsumen	<p>Uji daya terima konsumen merupakan salah satu pengujian produk yang dilakukan untuk mengetahui apakah produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen atau tidak. Menurut Winarno (2006:32-33) ada beberapa aspek yang dinilai yaitu penilaian terhadap rasa, gizi, dan kebersihan makanan.</p>	<p>Tanggapan suka atau tidak suka seseorang terhadap produk inovasi minuman menurut penilaian/tanggapan masing-masing</p>	<p>Data yang diperoleh dari konsumen menggunakan skala sematik mengenai :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penilaian produk yang disajikan. 2. Kekhasan rasa. 3. Kekhasan aroma. 4. Tekstur. 5. Daya Tarik warna. <p>Penampilan fisik</p>	Ordinal

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017

Dalam rancangan percobaan peneliti menggunakan rancangan acak kelompok. Dengan menggunakan metode penelitian eksperimental dengan menganalisis.

3.4.1. Kitchen Project

Percobaan pada tahap ini menggunakan rancangan acak kelompok dengan 3 sampel kepada panelis yang terlatih pada bidang makanan. Hasil percobaan terbaik akan diujikan kembali menjadi satu produk control. Selanjutnya dilakukan uji hedonik kepada konsumen. Berikut tabel rancangan inovasi produk *mousse* Bajigur

Tabel 3.2
Metode Rancangan Percobaan Mousse Bajigur

Panelis	Metode pembuatan Mousse Bajigur		
	MB 1	MB 2	MB 3
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

MB 1 : Bajigur 100% , agar-agar 2%

MB 2 : Bajigur 100%, agar-agar 3%

MB 3 : Bajigur 100%, agar-agar 4%

Selanjutnya untuk mengetahui rancangan hasil dari percobaan MB1 sampai MB3 dari formulasi antara gula dan kayu manis dengan menggunakan standar resep

Adi Ahmad Rahmanudin, 2019

INOVASI PRODUK MOUSSE DENGAN PENAMBAHAN BAJIGUR DAN AGAR-AGAR SEBAGAI RASA DAN PENGENTAL PENGGANTI GELATINE BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN

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

yang berbeda dapat dilihat pada lampiran berikut, pembahasannya menggunakan uji hedonik dan uji daya terima konsumen.

a. Metode Hedonik dan Uji organoleptik

Pada uji ini Panelis ahli dan panelis konsumen akan mengisi kuisisioner tentang tanggapan suka atau tidak suka, dengan kriteria yang telah diajukan antara lain yaitu rasa, warna, aroma, fisik, tekstur sehingga dapat menghasilkan formulasi terbaik dari ketiga sampel yang diujikan

b. Uji Daya Terima Konsumen

Uji daya terima konsumen dapat diukur melalui kesukaan terhadap suatu produk dengan menggunakan skala.

3.5. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2006,:117) Populasi merupakan objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Smapel haruslah representative agar peneliti dapat mempelajari semua objek.

3.6. Teknik Analisis

3.6.1. Penilaian Organoleptik

Uji organoleptik merupakan pengujian bahan berdasarkan kesukaan dan kemauan terhadap suatu produk. Uji organoleptik merupakan pengujian dengan cara menggunakan indera atau sensorik manusia.

Pengujian organoleptik mempunyai peranan penting dalam menerapkan mutu atau kualitas suatu produk, Pengujian organoleptik ini dapat memberikan indikasi kebusukan ataupun kerusakan kualitas dan mutu suatu produk.

Pengujian organoleptik ini dengan cara memberikan kuisisioner ke panelis ahli untuk menilai kualitas serta mengemukakan tanggapan pribadi masing-masing panelis mengenai kesukaan terhadap 3 formulasi sampel dengan kriteria pengujian berdasarkan aroma, rasa, tekstur dan warna untuk menghasilkan formulasi produk yang terbaikdari ketiga formulasi yang telah dibuat.

3.6.2. Uji Daya Terima Konsumen

Uji daya terima konsumen ini merupakan data hasil yang didapatkan setelah tahap uji organoleptik yang dilakukan dengan cara pengisian kuisioner terhadap 100 orang dengan indikator yang sudah diajukan.

3.6.3. Uji Hedonik

Penilaian Uji Hedonik bersifat spontan. Panelis diminta untuk menilai suatu produk secara langsung pada saat itu juga tanpa membandingkan dengan produk yang sudah ada sebelumnya. (Raharjo, 2010).

3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek/subjek yang punya kuantitas dan karakteristiknya sendiri, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:148/297)

Dalam penelitian ini penulis mengambil 15 panelis yang terlatih dan 100 orang panelis umum (konsumen). Panelis tersebut akan diminta penilaiannya terhadap kualitas produk *mousse* yang terbuat dari bajigur. Kemudian penulis akan dapat menarik kesimpulan dari penilaian para panelis ahli dengan data yang diperoleh dari kuisioner.

Tabel 3.3

Populasi dan sampel berdasarkan Ahli dan Konsumen

Panelis	Jumlah
Panelis Ahli	
<i>Chef</i>	7
Akademisi Kuliner	3
Pengusaha Kuliner	5
Jumlah Panelis Ahli	15
Panelis Umum / Konsumen	
Berbagai Lapisan Masyarakat	100

Jumlah Panelis Umum	100
---------------------	-----

Sumber : Data diolah Penulis, Juli 2018

3.8 Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Sumber data disini dibagi kedalam dua kelompok data yaitu : data primer dan juga data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari uji organoleptik (menguji rasa, aroma, penampilan dan tekstur) responden tersebut. Sedangkan sekunder dalam penelitian ini adalah data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti .

Panelis atau responden dalam pengujian hedonik ini adalah panelis terlatih karena dapat dijadikan instrument atau alat analisis pada pengujian mutu dan pengujian yang tidak dapat diukur dengan alat. Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka melalui buku-buku dan jurnal yang terdapat dalam situs-situ internet dan perpustakaan.

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah ;

1. Wawancara

Wawancara disini merupakan teknik pengumpulan data secara langsung dengan memberi pertanyaan kepada responden, sehingga menghasilkan data primer yang didapat langsung dari narasumber.

2. Studi Literatur

Teknik Studi literatur dilakukan dengan cara mencari informasi-informasi berupa teori yang relevan dengan masalah dan variable yang diteliti oleh penulis sehingga dapat menunjang penelitian.

3. Observasi

Pengamatan langsung terhadap variabel penelitian yaitu melihat dan membeli *mousse* di pasaran secara langsung.

4. Kuisisioner

Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket yang berisi pertanyaan kepada responden guna untuk mendapatkan informasi yang menunjang penelitian.

5. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan penelitian dalam bentuk gambar, foto maupun video, teknik ini digunakan agar terlihat kebenaran penelitian yang dilakukan oleh penulis.

6. Ekperimental

Melakukan percobaan terhadap produk yang diteliti, teknik ini dilakukan agar penulis mendapatkan beberapa sampel agar-agar yang baik dan pas yang akan dijadikan objek penelitian.

3.9 Uji Daya Konsumen

Uji daya konsumen atau daya terima konsumen menyangkut penilaian seseorang akan suatu sifat atau kualitas suatu bahan yang menyebabkan orang menyukai Sesutu. Sifta uji ini adalah subjektif, karena para konsumen karena konsumen mengungkapkan kesannya terhadap suatu makanan berupa suka atau tidak suka terhadap makanan yang diberikan.

Daya terima konsumen ini dilakukan dengan cara memberikan sampel produk denagn kuisisioner ke 100 panelis dengan indicator penilaian mengenai penampilan produk, rasa, tekstur aroma, kemasan dan harga jual produk dari hasil inovasi peneliti. Hasil data didapat kemudian dikelompokan menggunakan teknik analisa, deskriptif dengan mencari skor maksimal, minimal serta kelas intervalnya dengan rumus berikut :

Skor Maksimal	= $n \times k \times \text{nilai maksimal}$
Skor minimal	= $n \times k \times \text{nilai minimal}$
Kelas Interval	= $\frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{k}$

Adi Ahmad Rahmanudin, 2019

**INOVASI PRODUK MOUSSE DENGAN PENAMBAHAN BAJIGUR DAN AGAR-AGAR SEBAGAI RASA DAN PENGENTAL
PENGANTI GELATINE BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

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