BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pra Penelitian

Pelaksanaan *kitchen project* pra penelitian pembuatan sambal honje dengan ikan asin jambal roti ini dilakukan dengan proses pemilihan bahan utama sambal yaitu cabai rawit, bawang merah, bawang putih, cabai merah dan buah honje. Kemudian melakukan proses pencucian lalu dilanjutkan dengan proses pemotongan honje menjadi bagian kecil. Untuk cabai rawit, bawang merah, bawang putih, dan cabai merah dilakukan proses penghalusan menggunakan ulekan.

Dari penelitian pertama menghasilkan produk sambal honje namun tekstur dari buah honjenya sendiri agak keras sehingga sulit dikunyah. Dan rasa yang dihasilkan kurang pedas karena kurangnya komposisi cabai. Belum adanya percobaan pengawetan sambal baik itu secara alami maupun menggunakan bahan pengawet, sehingga ketahanan daya simpannya belum diketahui.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini yaitu buah honje yang dijadikan sambal dengan ikan asin jambal roti yang dijadikan sebagai oleh-oleh unggulan Kabupaten Pangandaran.

Untuk subjek penelitian ini yaitu menganalisis daya terima konsumen dengan menggunakan panelis, responden atau konsumen. 3 panelis terlatih yang yaitu *chef*, bidang akademisi dan praktisi yang mengerti mengenai pengetahuan makanan dengan melakukan uji 3 formulasi resep sambal honje dengan ikan asin jambal. Kemudian dari hasil yang terbaik akan dijadikan produk kontrol, produk manakah yang paling disukai yang kemudian akan diberikan kepada 15 orang yang akan berperan sebagai konsumen yang bertujuan untuk daya terima konsumen terhadap produk tersebut sehingga produk bisa dijadikan sebagai oleh-oleh Kabupaten Pangandaran.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimental, yang merupakan pendekatan metode kualitatif. Metode penelitian

eksperimen ini adalah sebuah metode uji percobaan untuk mengetahui variabel eksperimen ini baik atau tidak. Proses eksperimental ini dilakukan dengan pengamatan dan penilaian yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Dimana kriterianya ditunjukan berdasarkan penampilan, rasa, aroma, tekstur, serta dari segi kemasan, yang pada akhirnya akan menghasilkan formulasi yang terbaik dari produk sambal honje dengan ikan asin jamba roti ini.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah segala sesuatu dengan bentuk apapun yang ditetapkan seorang peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh data atau informasi mengenai hal yang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Terutama pada kualitas produk dan uji penerimaannya (Sugiyono, 2014).

Variabel yang diujikan adalah kualitas sambal honje dengan ikan asin jambal roti sehingga dapat dipaparkan mengenai operasional variabel pada tabel berikut :

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Analisis teoritis	Analisis empiris	Konsep analisis	Skala	No item
Inovasi produk	kreasi dan inovasi merupakan hal yang tidak lepas dari kegiatan dapur. Arti kreasi lebih kepada pemanfaatan estetika makanan dan resep baru, sementara itu	Beberapa indikatornya yaitu : 1. Tampilan 2. Rasa 3. Aroma 4. Tekstur	Setelah melakukan *kitchen project* didapatkan : 1. Tampilan (kemasan dan tampilan fisik sambal yang menarik) 2. Rasa (perpaduan rasa pedas sambal	Ordinal	1 2 3 4

	inovasi memiliki arti yang lebih luas dari kreasi karena tidak terbatas oleh suatu resep. Inovasi merupakan aktivitas individu atau kelompok dalam proses pembuatan produk-produk baru (Bartono & Ruffino, 2005).		dengan citarasa asam dan asin dari ikan asin jambal roti) 3. Aroma (tercium aroma khas dan segar yang berasal dari buah honje) 4. Tekstur (tektur yang dihasilkan dari potongan honje)		
Kualitas produk	Menurut Marsum (2005:159) menyatakan bahwa mutu makanan yang haru diperhatikan terbagi menjadi 7 dimensi yaitu *Flavor* (rasa atau bau), *Consistency* (kemantapan/k	1. *Flavor* 2. *Consistency* 3.*Texture/Form/ Shape* 4. *Nutritional Content* 5. *Visual Appeal* 6. *Aromatic Appeal* 7. *Temperature*	1. *Flavor* (Rasa/bau yang dihasilkan dari produk) 2. *Consistency* (Kemantapan/ ketetapan yang tidak berubah –rubah untuk menjaga kualitas produk)	Ordinal	1 2 3 4 5

	etetapan), *Texture/Form/ Shape* (susunan, bentuk, potongan), *Nutritional Content* (kandungan gizi), *Visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata),A*romati c appeal* (daya penarik lewat bau harum), *Temperature* (suhu).		3.*Texture/Form/ Shape* (susunan/bent uk/potongan dari produk) 4. *Nutritional Content* (kandungan gizi yang terdapat pada produk yang dihasilkan dari setiap bahannya) 5. *Visual Appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata) 6. *Aromatic Appeal* (daya penarik lewat aroma) 7. *Temperature* (suhu yang disesuaikan dengan cara penyajiannya baik itu panas atau dingin)		

Oleh-oleh (Souvenir)	Oleh oleh (souvenir) adalah sebuah produk berwujud yang didapatkan dari pengalaman berwisata maupun bepergian yang akan mebuat wistawan merasa senang atas perjalanannya. ((W. H. Kong., 2012) dalam (Sosianika et al., 2018))	Ada empat indikator yaitu : 1. Berwujud 2. Kemasan dan merek 3. Harga 4. Kualitas makanan	Dari empat indikator terdaapat 12 item yaitu : 1. Praktis 2. Ramah lingkungan 3. Kemasan yang menarik 4. Produser terpercaya 5. Tampilan makanan yang menarik 6. Desain kemasan yang bagus 7. Merek yang mudah diingat 8. Nilai produk 9. Harga yang wajar 10. Rasa 11. Asli/alamiah 12. Makanan yang sehat	Ordinal	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
Kemasan	Kemasan merupakan desain kreatif yang berkaitan dengan bentuk, struktur,	1. Bentuk 2. Struktur material 3. Warna 4. Tipografi 5. Ukuran	1. Bentuk yang sesuai dengan produk yang dibuat dengan menarik	Ordinal	1 2 3 4 5

	material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain lainnya dengan menyantumkan informasi tentang produk sehingga produk dapat dipasarkan. Kemasan berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk yang satu dengan produk yang lain di pasaran (Klimchunk & Krasove, 2008)	6. Kemudahan kemasan dibuka dan ditutup	2. Struktur material yaitu bahan kemasan yang digunakan sesuai produk untuk melindungi produknya 3. Warna yang bagus akan menarik perhatian pembeli 4. Tipografi yaitu tata letak tulisan yang menjelaskan produknya. 5. Ukuran yang disesuaikan dengan produk 6. Kemasan yang mudah di buka dan ditutup kembali sehingga konsumen tidak merasa kesulitan.		6

Labeling	Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.	1.Nama produk pangan 2.Keterangan bahan yang digunakan 3.Keterangan berat bersih 4.Keterangan nama dan alamat 5. Tanggal kadaluarsa 6. Nomor pendaftaran pangan 7. Keterangan kode produksi 8. Keterangan kandungan gizi 9.Penggunanan atau penyajian dan penyimpanan pangan.	1.Nama produk pangan (menunjukan sifat dan keadaan yang sebenarnya) 2.Keterangan bahan yang digunakan (mencantumkan keterangan semua komposisi yang digunkana) 3.Keterangan berat bersih (dicantumkan dalam satuan metrik) 4.Keterangan nama dan alamat (tempat produksi produk) 5. Tanggal kadaluwarsa (mencantum	Ordinal	1 2 3 4 5 6 7 8 9

			kan tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa) 6. Nomor pendaftaran pangan (dalam rangka peredaran produk sesuai dengan perundang-undangan) 7. Keterangan kode produksi (riwayat produksi pangan) 8. Keterangan kandungan gizi (jumlah kandungan gizi dari setiap bahan yang digunakan) 9.Penggunanan atau penyajian dan penyimpanan pangan (untuk		

			memberikan penjelasan tentang tata cara penggunaan dan penyimpanan)		
Uji Organoleptik	Uji organoleptik dikenal dengan istilah evaluasi atau analisis nilai sensori. Evaluasi sensori diartikan sebagai pengukuran ilmiah untuk mengukur, menganalisa karakteristik bahan yang diterima oleh panca indera, serta pengintrepretasi ikan reaksi yang diterima akibat proses pengindraan tersebut	Panelis diminta memberi tanggapan pribadi secara objektif mengenai tingkat kesukaan terhadap produk sambal honje dengan ikan asin jambal roti ini yang didapatkan dari panca indera panelis.	Setelah melakukan kitchen project didapatkan : 1. Formulasi resep (keseimbangan dan kecocokan dari setiap bahan yang dipakai) 2. Tampilan (kemasan dan tampilan fisik sambal yang menarik) 3. Rasa (perpaduan rasa pedas sambal dengan citarasa asam dan asin dari ikan asin jambal roti)	Ordinal	1 2 3 4 5

	(Adawiyah dan Waysima, 2009)		4. Aroma (tercium aroma khas dan segar yang berasal dari buah honje) 5. Tekstur (tektur yang dihasilkan dari potongan honje)		
Uji Daya Terima Konsumen	Tsaniah berpendapat bahwa daya terima konsumen berhubungan dengan penilaian individu pada kualitas produk yang mengakibatkan individu atau seseorang tersebut menyukai suatu produk. Uji ini bersifat subjektif karena konsumen	Indikator yang akan menentukan suka atau tidak suka konsumen terhadap produk inovasi sambal honje ikan asin jambal roti.	Dapat mengetahui bagaimana respon dari para panelis konsumen mengenai : 1. Daya Tarik lewat panca indera berupa warna penampilan fisik dari produk 2. Rasa yang dinilai secara objektif melalui panca indera 3. Aroma khas yang di	Ordinal	1 2 3 4 5

	sendiri mengungkapkan reaksinya terhadap suatu produk yang dia suka atau tidak suka. Tanggapan tersebut bersifat pribadi bergantung selera dan tingkat kepuasan masing-masing karena memiliki sifat yang berbeda-beda, maka dari itu kesan seseorang tidak dapat dijadikan untuk menunjang penerimaan suatu komoditi (Tsaniah, 2016).		hasilkan dari produk Kemasan yang menarik		
Harga Jual Produk	Krismiaji dan Anni	1. *Food cost*	1. *Food cost* yaitu jumlah	Ordinal	1 2

	(2011:326) dalam Slat, A. H. (2013)). menyatakan harga jual adalah upaya untuk menyeimbang kan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal.	2. *Labor cost* 3. *Overhead* 4. *Margin/profit*	pengeluaran harga dari semua bahan yang digunakan 2. *Labor cost* yaitu jumlah pengeluaran untuk biaya pembayaran karyawan 3. *Overhead* yaitu biaya pengeluaran seperti sewa toko, listrik, air 4. *Margin/profit* yaitu keuntungan yang didapatkan		3 4
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran adalah pola pemasaran yang digunakan untuk	1. Pemilihan pasar 2. Perencanaan produk 3. Penetapan harga	1. Pemilihan pasar yang akan dituju 2. Perencanaan produk yaitu produk yang akan dijual		

	mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran berisikan strategi secara sfesifik untuk mencapai sasaran pasar, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran dalam pemasaran yang digunakan (Kotler, Philip. 2004 : 81).	4. Sistem distribusi 5. Komunikasi pemasaran (promosi)	memiliki nilai dan manfaat 3. Penetapan harga yaitu nilai harga jual yang sesuai dan wajar 4. Sistem distribusi yaitu saluran penjualan produk hingga sampai ke konsumen 5. Komunikasi pemasaran (promosi) yaitu periklanan penjualan yang memberitahukan tentang produk.		

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

   Dokumentasi berfungsi sebagai bukti pada saat melakukan penelitian, berupa foto bahwa peneliti telah melakukan penelitian.

2. Literatur

   Literatur ini dugunakan dalam pengumpulan sumber data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian seperti penelitian terdahulu dan jurnal.

3. *Kitchen Project*

   Kitchen project dilakukan untuk mendapatkan sebuah produk yang akan diteliti, dilakukan beberapa kali untuk mendapatkan sebuah produk yang baik.

4. Kuesioner

   Untuk mengetahui produk disukai atau tidak sehingga layak atau tidak layak untuk dijadikan oleh-oleh, maka peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden.