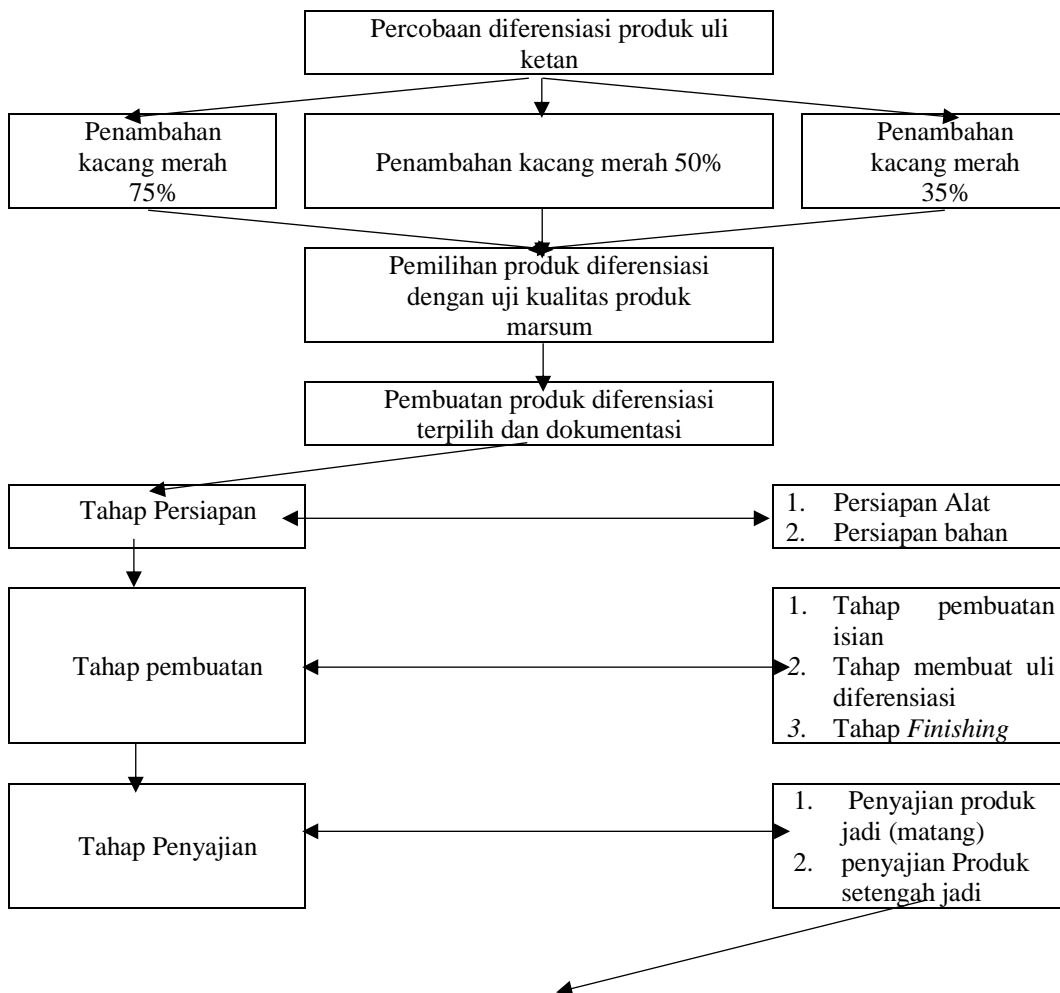


## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Subjek dan Objek

Subjek dari penelitian ini yaitu penulis dan pembimbing. Objek penelitian adalah diferensiasi uli ketan. Penelitian ini akan melakukan percobaan pembuatan produk dengan penambahan kacang merah dan isian jamur tiram. Penulis ingin makanan-makanan tradisional dikembangkan menjadi lebih baik lagi sehingga tidak dengan mudah tersisih.

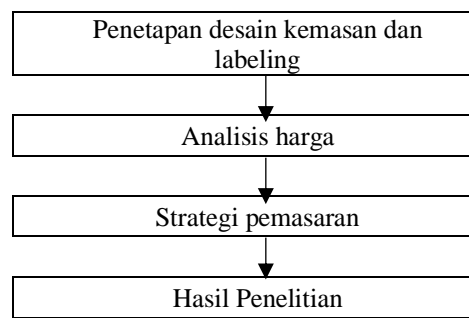
### 3.2 Metode penelitian



Dede Irma Suryani, 2020

**DIFERENSIASI ULI KETAN GORENG DENGAN PENAMBAHAN KACANG MERAH DAN ISIAN JAMUR TIRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu



Gambar 3.1 Skema eksperimen

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode eksperimental dengan percobaan pembuatan produk dan berusaha menemukan standar resep yang tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah pengembangan dimana produk yang telah ada dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menampilkan sesuatu yang berbeda dan lebih baik. Sehingga tercipta varian yang lebih banyak pilihan mengenai uli ketan ini.

### 3.3 Operasional variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat mempengaruhi nilai hasil (*variable dependen*) yang ditetapkan oleh peneliti, untuk dipelajari dan diteliti nilai informasinya sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2008, hlm. 38). Variabel yang diuji adalah kualitas diferensiasi produk uli ketan goreng dengan penambahan kacang merah dan isian jamur sehingga dapat dipaparkan mengenai operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1  
*Operasional variabel*

Variabel	konsep	konsep empiris	konsep analisis	Skala data
Diferensiasi Produk	Diferensiasi produk adalah penawaran yang dilakukan perusahaan yang	Diferensiasi produk berarti harus memiliki produk yang hasilnya dapat dibedakan dengan produk yang telah ada.	Data yang diperoleh dari teori kotler (2007) mengenai diferensiasi menggunakan skala semantik diferensial sebagai berikut : 1. Bentuk	Ordinal

	memiliki sesuatu ciri pembeda, seperti harga yang lebih murah, lebih cepat dan lebih baik yang akan menciptakan nilai yang lebih tinggi dimata konsumen dibandingkan pesaing		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Keistimewaan</li> <li>3. Mutu Kesesuaian</li> <li>4. Daya Tahan</li> <li>5. Keandalan</li> <li>6. Kesan Gaya</li> <li>7. Desain</li> </ol>	
Kualitas Produk	Kualitas produk adalah karakteristik produk yang dibuat sesuai dengan standar ukur, sehingga semakin sesuai standar sebuah produk akan dinilai semakin berkualitas	Kualitas produk adalah menciptakan sebuah produk sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga produk dapat memenuhi standar kualitas yang baik	Data yang diperoleh menggunakan analisis kualitas produk marsum (2005) berikut dimensi kualitas produk : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa</li> <li>2. Konsistensi</li> <li>3. Tekstur</li> <li>4. Kandungan Gizi</li> <li>5. Tampilan</li> <li>6. Aroma</li> <li>7. Suhu</li> </ol>	Ordinal
Kemasan dan labeling	Kemasan merupakan wadah atau tempat yang digunakan untuk melindungi sebuah produk dari ancaman	Kemasan dan labeling merupakan langkah yang penting dalam pembuatan produk. Metode yang akan digunakan	Data yang diperoleh disesuaikan dengan syarat kemasan menurut Rahmawati (2013) dan labeling menurut Undang-undang RI no.7 Tahun 1996	Ordinal

	luar yang membuat kualitas produk mengalami penurunan bahkan rusak dan labeling adalah	adalah <i>freezing</i> pada produk.		
Harga	Harga adalah sejumlah harga yang dibebankan atas produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut	Harga merupakan suatu nilai yang dapat ditukarkan dengan barang atau jasa	Data yang diperoleh berupa dimensi harga (Mursid, 2014): <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya Saing harga</li> <li>2. Kesesuaian harga pasar</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>4. Angsuran</li> </ol>	ordinal
Strategi pemasaran	Strategi pemasaran adalah alat paling dasar yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembankan keunggulan bersaing yang berkesinambungan	Konsep empiris dalam strategi pemasaran adalah melakukan partnership dengan pembangunan branding.	Data yang diperoleh berupa penentuan : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segmentasi pasar</li> <li>2. Target pasar</li> <li>3. Diferensiasi dan positioning</li> </ol> serta unsur-unsur bauran pemasaran 4P menurut kotler keller (2012) sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Product</li> <li>2. Price</li> <li>3. Place</li> <li>4. Promotion</li> </ol>	Ordinal

	melalui pasar yang dipilih dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran			
--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah, 2019

### 3.4 Rancangan percobaan

Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif eksperimental, yaitu dengan menganalisis 4 tahapan yaitu:

#### 3.4.1 *Kitchen project*

*Kitchen Project* pra penelitian dalam pembuatan Uli ketan goreng dengan variasi penambahan isian jamur, dilakukan dengan proses pemilihan beras ketan terlebih dahulu. Beras ketan yang digunakan adalah jenis ketan putih. Beras ketan yang digunakan berasal dari beberapa pasar terpilih, untuk sementara peneliti membeli beras di pasar tradisional yang ada di Bandung maupun daerah asal penulis. Berhubung proses produksi masih dalam jumlah sedikit, apabila produk diterima dengan baik maka penulis berencana untuk mengambil beras ketan dari pertanian di daerah Subang. Pembuatan uli ketan goreng akan mencoba 3 resep yang telah ditetapkan penulis seperti tabel dibawah ini :

Tabel 3.2  
*Formula resep*

Uli kacang merah		<i>(Recipe 1)</i>		<i>(Recipe 2)</i>		<i>(Recipe 3)</i>	
		UKKJ1		UKKJ2		UKKJ3	
<i>No</i>	<i>Ingredients</i>	<i>Qty</i>	<i>Unit</i>	<i>Qty</i>	<i>Unit</i>	<i>Qty</i>	<i>Unit</i>
1	Beras ketan	320	gr	320	gr	320	gr
2	Kelapa parut	85	gr	85	gr	150	gr
3	Garam	8	gr	8	gr	8	gr
4	Minyak	50	ml	50	ml	50	ml
5	Kacang merah	225	gr	150	gr	75	gr
<i>No</i>	<i>Ingridients Filling</i>	<i>Quantity</i>			<i>Unit</i>		
6	Jamur tiram	750			gr		
7	bumbu balado	100			gr		
8	cabe rawit	20			gr		
9	daun jeruk	5			lbr		

Dede Irma Suryani, 2020

**DIFERENSIASI ULI KETAN GORENG DENGAN PENAMBAHAN KACANG MERAH DAN ISIAN JAMUR TIRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

10	keju mozzarella	100	gr
11	Wortel	150	gr
12	Garam	8	gr
13	Gula	6	gr
14	Minyak	50	ml
15	bawang merah	20	gr
16	bawang putih	10	gr
17	lada bubuk	5	gr
<i>No</i>	<i>Ingredients cover</i>	<i>Quantity</i>	<i>Unit</i>
18	tepung roti	250	gr
19	Telur	2	pcs
20	Air	50	ml

Sumber : Data diolah, 2020

Untuk mendapatkan penilaian yang lebih objektif, setiap resep saat uji coba oleh peneliti akan diberi kode sebagai berikut

- 1). UKKJ1 = Uli Ketan Kacang merah Jamur, 75% penambahan kacang merah
- 2). UKKJ2 = Uli Ketan Kacang merah Jamur, 50% penambahan kacang merah
- 3). UKKJ3 = Uli Ketan Kacang merah Jamur, 35% penambahan kacang merah

Pengujian produk akan dilihat dari **variabel kualitas produk** yang terdiri dari 7 atribut yaitu rasa, ketetapan/kemantapan, tekstur, kandungan gizi, daya tarik tampilan, aroma, temperatur (marsum, 2005, hlm.159). Hasil tertinggi dari penilaian akan menjadi formula resep yang dipilih dan di rekomendasikan.

Tabel 3.3

*Metode rancangan percobaan uli ketan diferensiasi*

No	Kualitas produk	Tabel Penilaian		
		UKKJ 1	UKKJ 2	UKKJ 3
1	Rasa	...	...	...
2	Konsistensi	...	...	...
3	Tekstur	...	...	...
4	Kandungan gizi	...	...	...
5	Tampilan	...	...	...
6	Aroma	...	...	...
7	Temperatur	...	...	...
Total penilaian		...	...	...

Sumber : Data diolah, 2020

Dede Irma Suryani, 2020

**DIFERENSIASI ULI KETAN GORENG DENGAN PENAMBAHAN KACANG MERAH DAN ISIAN JAMUR TIRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

### 3.4.2 Pembuatan Desain kemasan dan label

Desain kemasan dan label akan dibuat menggunakan sebuah aplikasi desain. Penulis memilih aplikasi canva dan coreldraw dalam membuat desain dan label. Aplikasi ini dirasakan memberikan beberapa keunggulan dibandingkan dengan aplikasi lain karena fitur-fitur yang mudah dipahami dan sebelumnya telah dipelajari oleh penulis. Penulis juga akan membuat desain sesuai dengan standar kemasan yang berlaku untuk makanan. Dalam merancang sebuah desain kemasan dan labeling tentunya ada syarat-syarat pembuatan kemasan dan labeling yang baik dan benar. Menurut Rahmawati (2013) menyatakan bahwa kemasan yang baik harus memenuhi syarat sebagai berikut :

1. Tidak toksik
2. Harus cocok dengan bahan yang dikemas
3. Sanitasi dan syarat-syarat kesehatan terjamin
4. Dapat mencegah pemalsuan
5. Kemudahan membuka dan menutup
6. Kemudahan dan keamanan mengeluarkan isi produk
7. Kemudahan pembuangan kemasan bekas
8. Ukuran, bentuk, berat
9. Penampilan dan percetakan
10. Biaya rendah
11. Syarat khusus (hlm. 2)

Dalam kemasan tertera labeling sebagai tanda pengenal dalam produk. Labeling ini adalah cara supaya konsumen mudah dalam mengingat produk yang kita jual. Syarat-syarat labeling sekurang-kurangnya menurut Undang-Undang RI No.7 Tahun 1996 tentang Pangan sebagai berikut :

1. Nama Produk
2. Daftar Bahan yang digunakan
3. Berat bersih atau Isi bersih

4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke dalam wilayah indonesia
5. Keterangan halal
6. tanggal dan bulan kadaluarsa

### 3.4.3 Menetapkan harga jual

Penulis menentukan harga jual produk menggunakan beberapa rumus, pertama-tama menghitung Food cost terlebih dahulu berdasar resep baku yang telah penulis tentukan. Kemudian menentukan harga jual dengan dengan pengambilan persentase sebagai berikut :

<i>food cost</i>	40 %
<i>overhead</i>	20 %
<i>employed</i>	15 %
<i>Heat,Light and Power</i>	8 %
<i>Net Profit</i>	<u>17 %</u> +
<i>Selling price</i>	100%

Untuk menentukan harga jual digunakan rumus :

$$\text{Selling Price} = \frac{\text{persentase selling price}(100\%)}{\text{persentase food cost}} \times \text{Jumlah Food cost}$$

### 3.4.4 Penentuan Strategi pemasaran

Penentuan Strategi pemasaran menjadi bagian terpenting dalam bisnis. Perencanaan strategi pemasaran secara matang menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan perusahaan. Penerapan strategi pemasaran dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini :

1. Segmentasi pasar
2. Target pasar
3. Diferensiasi dan posisi pasar

Dede Irma Suryani, 2020

**DIFERENSIASI ULI KETAN GORENG DENGAN PENAMBAHAN KACANG MERAH DAN ISIAN JAMUR TIRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu



Selain itu juga penulis melakukan strategi 4p menurut kotler berupa product, place, price dan promotion.

### **3.5 Teknik pengumpulan data**

Adapun teknik dan alat pengumpulan data yang penulis lakukan sebagai berikut :

1. Studi literatur

Mencari teori-teori yang mengandung informasi yang relevan dengan masalah dan variabel penelitian sehingga dapat menunjang penelitian. Data yang dicari berupa teori yang berhubungan dengan penelitian berupa kajian tentang pariwisata, gastronomi, makanan tradisional, uli ketan, diferensiasi produk, harga, kemasan produk, dan lain-lain.

2. Wawancara

Mencari data primer dengan wawancara secara tidak langsung dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden mengenai kejenuhan terhadap uli ketan, contohnya yaitu pencarian data mengenai pendapat masyarakat umum terhadap uli ketan goreng dari rentang umur 8 – 65 tahun.

3. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yakni uli ketan. Melihat situasi masyarakat umum terhadap uli ketan di Bandung dan di daerah penulis yakni kabupaten Tasik. Hasil observasinya berupa para pembeli uli ketan jumlahnya tidak lebih banyak dari pembeli makanan cemilan lain sejenisnya bahkan masyarakat lebih berbondong membeli makanan cepat saji dibandingkan dengan makanan tradisional uli ini.

4. Kuisisioner pra penelitian

Memberikan angket berupa beberapa pertanyaan kepada responden guna mendapatkan informasi untuk penelitian terkait.

5. Studi dokumentasi

Melakukan dokumentasi terhadap segala kegiatan yang penulis lakukan sehingga data yang dibuat valid sebagai bukti fisik. Data ini dibuat untuk

**Dede Irma Suryani, 2020**

***DIFERENSIASI ULI KETAN GORENG DENGAN PENAMBAHAN KACANG MERAH DAN ISIAN JAMUR TIRAM***

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

mendukung proses penelitian yang sebenarnya terjadi seperti proses pembuatan uli ketan diferensiasi.

6. Eksperimental

Melakukan penelitian terhadap produk yang dibuat guna tercapainya tujuan penelitian. Data yang akan dicari berupa bagaimana hasil yang akan didapatkan setelah melakukan percobaan pembuatan diferensiasi uli ketan goreng dengan penambahan kacang merah dan isian jamur tiram.