

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pra Penelitian**

Pada tahap ini, penulis mendapatkan perbandingan dari tiga formulasi yang telah diuji demi mendapatkan formulasi terbaik, yaitu:

1. Penulis membuat kroket dengan 100% labu kuning tanpa campuran apapun. Setelah labu kuning dikukus dan dibuat produk, hasil produknya sangat lembek dan mudah sekali hancur karena labu kuning memiliki kadar air yang cukup tinggi.
2. Penulis membuat kroket dengan perbandingan 50% labu kuning-50% tepung terigu. Setelah labu kuning dikukus, ditumbuk, dan dicampur dengan tepung terigu, hasil produknya mudah dibentuk, tidak pecah ketika digoreng, dan teksturnya sangat padat.
3. Penulis membuat kroket dengan perbandingan 80% labu kuning-10% tepung terigu-10% tepung beras. Setelah labu kuning dikukus, ditumbuk, kemudian dicampur dengan tepung terigu dan tepung beras, hasil produknya tidak terlalu padat, teksturnya lembut, mudah dibentuk, dan tidak pecah ketika digoreng.

Maka dari itu, penulis memilih percobaan ketiga yaitu 80% labu kuning-10% tepung terigu-10% tepung beras.

#### **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian merupakan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti. Objek menurut Sugiyono (2011: 64) merupakan variabel independen yang menyebabkan timbulnya variabel dependen (terikat). Objek dalam penelitian ini adalah kroket labu kuning. Sementara itu yang menjadi subjek penelitiannya adalah peneliti itu sendiri, dosen pembimbing, dan konsumen. Formulasi resep terbaik akan diujikan kepada panelis konsumen yang berjumlah 15 orang.

### 3.3 Metode Penelitian

Sebelum melakukan suatu penelitian, diperlukan metode penelitian yang tepat terlebih dahulu untuk mendapatkan informasi dan data-data yang tepat. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah metode penelitian eksperimental yang termasuk kedalam penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2011:11) metode penelitian eksperimental merupakan metode penelitian yang digunakan sebagai tahap implementasi yang bertujuan sebagai model pelatihan pada usaha terpadu.

### 3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010:38) variabel merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Variabel yang akan diuji pada penelitian ini khususnya mengenai kualitas produk kroket labu kuning. Sehingga penulis menjabarkan tentang operasional variabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
Kualitas Produk ( <i>Quality of Item</i> )	Menurut Marsum (2005:159), kualitas produk yang perlu diperhatikan terbagi menjadi tujuh indikator, yaitu <i>Flavor</i> (rasa/bau), <i>Consistency</i> (kemantapan, ketetapan), <i>Texture/Form/Shape</i> (susunan/bentuk/potongan), <i>Nutritional Content</i> (kandungan	Kualitas produk sangat perlu untuk diperhatikan karena akan menciptakan persepsi konsumen mengenai kualitas produk tersebut.	Data diperoleh dengan uji eksperimental ( <i>kitchen project</i> ) terhadap tingkat kelezatan, rasa, mutu, daya tarik bentuk, kesesuaian tekstur, kerapihan, dan daya tarik aroma dari hidangan yang disajikan.

	gizi), <i>Visual Appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata), <i>Aromatic Appeal</i> (daya penarik lewat bau harum), Temperature (panas/suhu)		
Diferensiasi Produk	Diferensiasi produk adalah usaha untuk menghasilkan barang sejenis tapi dibedakan dalam segi bungkus, kualitas, merek, atau warna (Rochmah, 2014:80).	Beberapa indikatornya: a. Tampilan b. Rasa c. Warna d. Aroma e. Tekstur	Data diperoleh dengan uji eksperimen ( <i>kitchen project</i> ) terhadap tampilan, rasa, warna, aroma, dan tekstur.
Kemasan Produk	Menurut Rangkuti (2010:132), menyatakan bahwa pengemasan adalah aktivitas membungkus suatu produk. Fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk dan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran.	Kualitas pada suatu kemasan sangat penting untuk diperhatikan karena kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan produk memiliki lima indikator, yaitu: a. Ciri khas b. Bahan kemasan c. Daya tarik visual kemasan d. Daya tarik praktis	Kemasan produk memiliki lima indikator, yaitu: ciri khas, bahan kemasan, daya tarik visual kemasan, daya tarik praktis kemasan, dan etika kemasan. Indikator tersebut akan dijadikan pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk tersebut.

		kemasan e. Etika kemasan.	
Harga Jual	Harga jual merupakan harga yang dibebankan untuk semua yang berhubungan dengan produk yang akan dijual dan ditetapkan berdasarkan evaluasi biaya, besarnya investasi, kompetitor, keunikan, laba yang diinginkan yang telah dihitung sebelumnya dan juga faktor lainnya yang berhubungan dengan harga.	Menentukan harga jual menggunakan metode tidak terstruktur dengan indikator: a. <i>Food Cost</i> b. <i>Labor Cost</i> c. <i>Overhead</i> d. <i>Margin</i>	Data untuk mendapatkan harga jual diperoleh dari perhitungan yang sebelumnya sudah ditentukan seperti: a. <i>Food Cost</i> b. <i>Labor Cost</i> c. <i>Overhead</i> d. <i>Margin</i>
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing tingkatan serta lokasinya (Hartono, 2012:889).	Beberapa indikatornya: a. Produk ( <i>Product</i> ) b. Harga ( <i>Price</i> ) c. Tempat ( <i>Place</i> ) d. Promosi ( <i>Promotion</i> )	Setelah menentukan strategi pemasaran, maka data diperoleh dengan cara: a. Memilih konsumen yang dituju b. Mengidentifikasi keinginan konsumen c. Menentukan marketing mix
Uji daya terima konsumen	Menurut Soekarto, (1985: 77) Uji penerimaan menyangkut	Tanggapan suka atau tidaknya seseorang terhadap produk diferensiasi makanan	Data yang diperoleh dari konsumen menggunakan skala sematik mengenai:

	penilaian seseorang terhadap suatu kualitas yang menyebabkan seseorang menyukainya. Dalam uji penerimaan panelis akan memberikan tanggapan pribadi yaitu kesan yang berhubungan dengan kesukaan, kesenangan atau tidaknya terhadap sifat sensorik atau kualitas yang dinilai.	berdasarkan penilaian /tanggapan masing-masing	1. kekhasan rasa 2. kekhasan aroma 3. tekstur 4. daya tarik warna
--	---	--	--

Sumber: Data Diolah Penulis, 2020

### 3.5 Instrumen Penelitian

Pengumpulan data sebuah penelitian memiliki berbagai metode yang membutuhkan instrumen yang berfungsi sebagai alat bantu penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kitchen project*, kemasan yang digunakan, harga jual, strategi pemasaran, dan uji daya terima konsumen.

#### 3.5.1 *Kitchen Project*

*Kitchen project* ini bertujuan untuk mengetahui kualitas suatu produk kroket labu kuning menggunakan teori dari Marsum (2005:159), yang indikatornya sebagai berikut:

1. *Flavor* (Rasa/bau)
2. *Consistency* (Kemantapan/ketetapan)
3. *Texture/Form/Shape* (Susunan/bentuk/potongan)
4. *Nutritional Content* (Kandungan gizi)

Melani Halimatu Syadiah, 2020

**DIFERENSIASI PRODUK MAKANAN BEKU KROKET LABU KUNING DENGAN ISIAN JAMUR TIRAM**

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

5. *Visual Appeal* (Daya penarik lewat ketajaman mata)
6. *Aromatic Appeal* (Daya penarik lewat bau/harum)
7. *Temperature* (Panas/suhu)

### 3.5.2 Kemasan yang Digunakan

Karena kroket labu kuning akan dijual berupa *frozen food*. Maka kemasan yang akan digunakan untuk kroket labu kuning ini yaitu menggunakan *thin wall* (kotak makan tempat bekal makanan plastik) yang memiliki penutup dan aman sehingga akan terjaga kebersihan dan keamanan produknya. *Thin wall* ini merupakan pengganti dari *styrofoam*. Alasan memilih kemasan ini karena bahan ini aman untuk pangan, lebih praktis dan tidak berbau, sebagai solusi sampah plastik, serta lebih menarik. Kemasan ini juga kedap udara karena memiliki penutup yang rapat sehingga dapat mencegah berkembangbiaknya bakteri pada produk. Maka dari itu produk dapat bertahan lama serta terjaga kualitasnya.

Beberapa hal yang terdapat pada kemasan, yaitu:

1. Nama merek/logo, pada bagian tutup kemasan ini terdapat gambar logo dan merek dari kroket labu kuning ini.
2. Informasi berat bersih, terdapat informasi mengenai berat bersih kroket labu kuning bila tanpa kemasan.
3. Informasi kandungan gizi, dicantumkan kandungan gizi yang terdapat di setiap pack kroket labu kuning tersebut.
4. Komposisi bahan kroket labu kuning, agar konsumen mengetahui komposisi apa saja yang terdapat pada kroket labu kuning tersebut.
5. Saran penyajian
6. *Expire date*

### 3.5.3 Harga Jual

Perhitungan harga jual produk ini untuk mengetahui berapa harga jual produk kroket labu kuning. Perhitungan harga jual ini dihitung dari harga pokok produk, kemudian dapat dihitung harga jualnya dengan menentukan:

1. *Food Cost*
2. *Labour Cost*
3. *Overhead*
4. *Profit*
5. *Selling Price*

### **3.5.4 Strategi Pemasaran**

Penentuan strategi pemasaran menjadi bagian terpenting dalam melakukan bisnis. Perencanaan strategi pemasaran secara matang akan menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis tersebut. Penerapan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini:

1. Segmentasi pasar
2. Target pasar
3. Posisi pasar

### **3.5.5 Uji Daya Terima Konsumen**

Dalam tahap ini peneliti akan mengetahui kesukaan panelis konsumen terhadap produk kroket labu kuning ini. Produk dengan formulasi resep terbaik diujikan kepada 15 panelis konsumen dengan cara menyebarkan kuesioner dan sampel produk.

## **3.6 Teknik Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, eksperimental, dokumentasi, dan kuesioner. Penulis mendeskripsikannya sebagai berikut:

### **1. Studi Literatur**

Studi literatur adalah cara untuk menyelesaikan persoalan dengan cara menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya.

Peneliti melakukan metode penelitian dengan cara mencari data atau informasi baik di buku, *e-book*, jurnal, dan artikel dengan tujuan untuk memperoleh informasi relevan dengan topik yang sedang diteliti berupa teori.

## **2. Eksperimental (*Kitchen Project*)**

Penulis melakukan metode eksperimental dengan tujuan mendapatkan resep terbaik dari beberapa eksperimen atau beberapa resep produk yang telah dicoba.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan peneliti dengan tujuan sebagai bukti nyata sebuah penelitian. Seperti foto metode pembuatan, arsip, lampiran, dan juga hasil produk dari penelitian ini agar memperkuat bahwa penelitian ini benar adanya.

## **4. Kuesioner**

Kuesioner berupa angket diberikan kepada responden yang menggunakan skala likert dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan responden terhadap produk kroket labu kuning.

### **3.7 Uji Nilai Gizi (Menghitung nilai gizi dengan DKBM)**

Untuk memudahkan dalam menghitung kandungan gizi bahan makanan diperlukan Daftar Komposisi Bahan Makanan (DKBM). DKBM sangat diperlukan untuk menyusun menu makanan individu, kelompok, maupun keluarga. Pada DKBM berisi informasi tentang kandungan gizi (makro dan mikro) dari berbagai bahan makanan. Dari komposisi bahan makan juga membantu mengetahui berapa jumlah zat gizi (energi dan protein) yang dihasilkan dari sejumlah bahan makanan yang dikonsumsi.