

3. METODE PENELITIAN

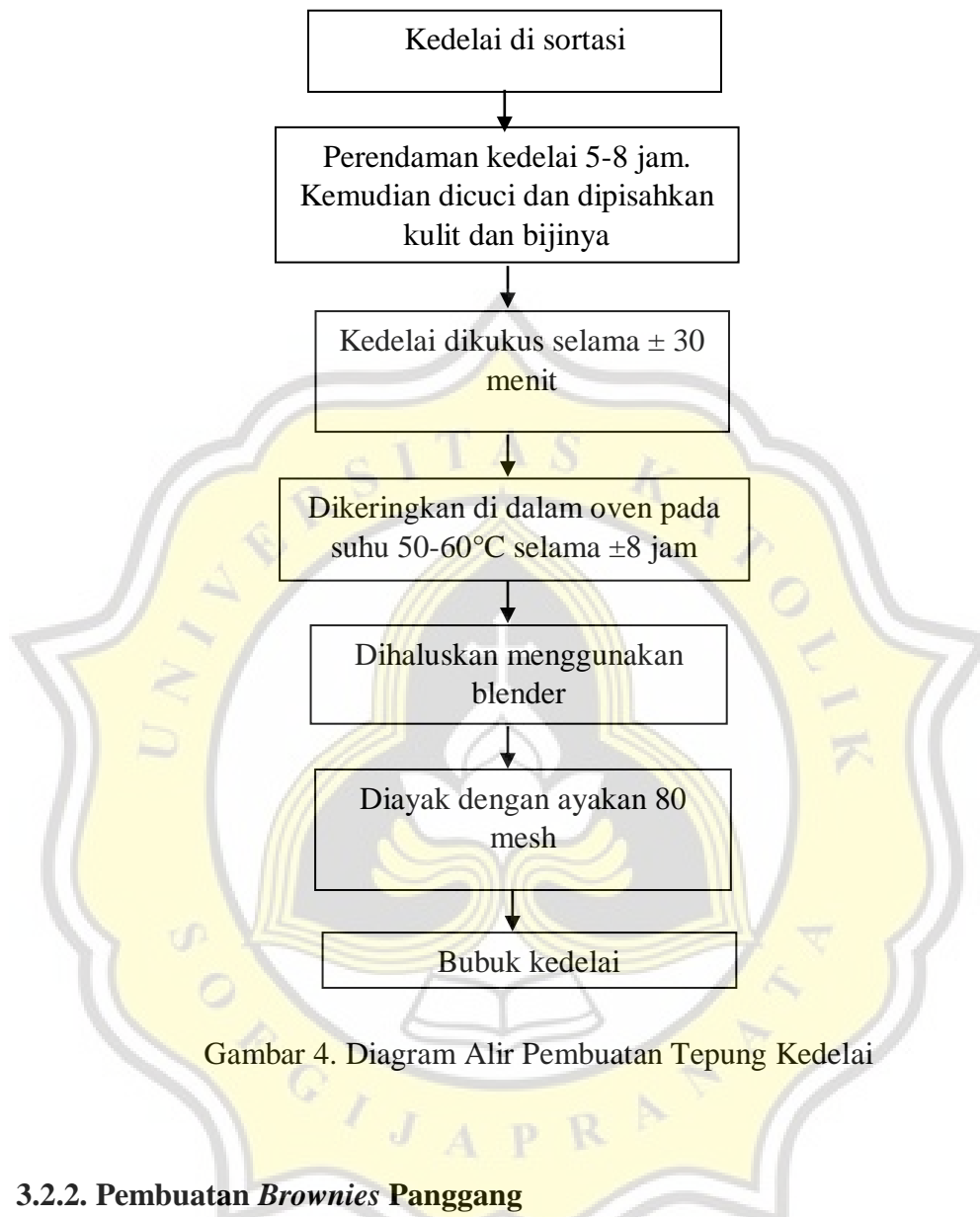
3.1. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di tempat pembuatan / penjualan brownies Ciocolatobrownie Semarang untuk melakukan pembuatan tepung kedelai, pembuatan brownies, dan penjualan. Uji sensori dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2022. Penjualan brownies dilaksanakan pada bulan Agustus hingga Oktober 2022. Kemudian dilakukan menyebarkan kuesioner melalui *google form* untuk responden tidak terlatih (konsumen) yang pernah membeli brownies kedelai Ciocolatobrownie yang dilaksanakan pada tanggal 6 Desember hingga 23 Desember 2022 dengan tujuan untuk mengetahui lebih luas terkait minat konsumen terhadap produk brownies kedelai yang sudah dipasarkan sehingga Ciocolatobrownie dapat membuat produk yang sesuai dengan minat konsumen pada umumnya.

3.2. Tahapan Kerja Usaha

3.2.1. Pembuatan Tepung Kedelai

Kacang kedelai dipisahkan antara kedelai yang bagus dengan yang tidak memenuhi standar dan dari benda lain yang tidak diharapkan (kerikil atau benda asing lain). Kemudian, kacang kedelai direndam selama 5-8 jam. Biji kedelai yang sudah bersih kemudian dikukus selama 30 menit. Setelah itu, dilakukan proses pengeringan menggunakan oven dengan suhu 50-60⁰C selama 8 jam. Setelah kering biji kedelai dihaluskan dan diayak menggunakan ayakan 80 mesh. Hasil ayakan diperoleh tepung kedelai yang sudah halus dan dikemas menggunakan plastik (Widiyawati & Anjani, 2017). Diagram alir proses pembuatan tepung kedelai dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram Alir Pembuatan Tepung Kedelai

3.2.2. Pembuatan *Brownies* Panggang

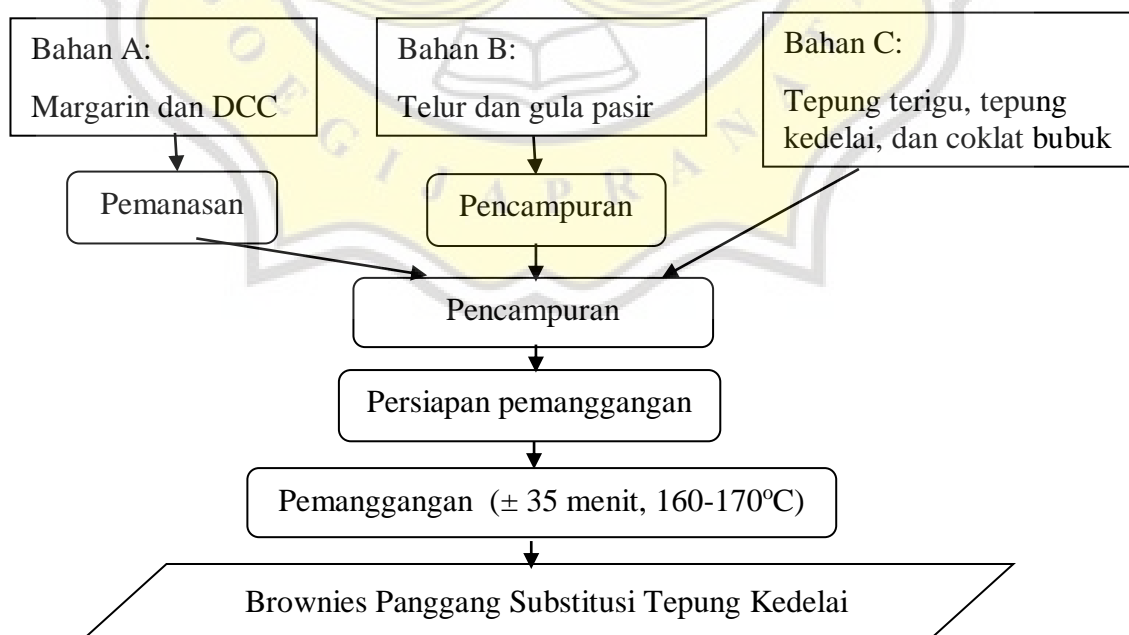
Penentuan formulasi dalam pembuatan brownies panggang dengan membuat dan mencoba beberapa sampel terlebih dahulu. Formulasi untuk pembuatan brownies panggang substitusi tepung kacang kedelai mengacu pada Samuel dan Azni, (2019) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Formulasi Brownies

Bahan	Formulasi (gram)			
	Kontrol	Substitusi 10%	Substitusi 20%	Substitusi 30%
Tepung terigu (g)	140	126	112	98
Tepung kedelai (g)	-	14	28	42
Gula (g)	150	150	150	150
Coklat bubuk (g)	25	25	25	25
Telur (g)	88	88	88	88
Margarin (g)	60	60	60	60
Coklat DCC (g)	170	170	170	170

Keterangan: DCC = *Dark Cooking Chocolate*

Cara pemasakan yang digunakan adalah dengan metode panggang menggunakan oven. Teknik ini diaplikasikan dengan cara loyang yang sudah berisi adonan dimasukkan ke dalam oven yang sudah diatur suhunya. Adonan dipanggang selama ± 35 menit pada suhu $160-170^{\circ}\text{C}$ (Setyani dkk, 2017). Diagram alir proses pembuatan brownies panggang dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Alir Pembuatan Brownies Panggang

3.3. Uji Organoleptik

Uji organoleptik dilakukan untuk mengetahui tingkat kesukaan dan tingkat penerimaan masyarakat terhadap suatu produk pangan. Pada uji sensori panelis yang digunakan berjumlah 30. Ada beberapa syarat untuk melakukan uji sensori yaitu bersedia menjadi panelis, konsumen langsung Ciocolatobrownie, tidak memiliki alergi terhadap tepung terigu, telur, dan kedelai; sudah lebih 1 jam setelah makan, sudah lebih 30 menit setelah merokok, dan tidak menggunakan wewangian. Penelitian ini menggunakan parameter meliputi: warna, tekstur, aroma, rasa, dan *overall*. Uji organoleptik yang dilakukan yaitu dengan menggunakan sistem uji hedonik. Uji hedonik yang digunakan dapat mengukur pengaruh proses baru terhadap suatu mutu produk pangan, yaitu untuk mengetahui apakah produk baru (brownies kedelai) sama atau lebih baik dibandingkan produk lama (brownies original) (Tarwendah, 2017). Kemudian lembar formulir dibagi dan sebelum panelis menilai, dilakukan pengarahan terkait penilaian uji sensori dahulu. Skoring nilai antara 1-5, yaitu (1) sangat tidak suka, (2) kurang suka, (3) netral, (4) suka, dan (5) sangat suka.

3.4. Penjualan

Penjualan brownies dilakukan dengan menggunakan sistem PO dalam setiap minggunya yang dilakukan melalui instagram dan *whatsapp*. Pada penelitian ini, brownies yang dijual yaitu dengan menggunakan kemasan berupa cup ukuran 12oz (350ml). Kemasan cup diisi dengan potongan kecil brownies sehingga dapat dimakan dengan satu kali lahap. Promosi dilakukan terlebih dahulu dengan mengunggah poster ke media instagram di *whatsapp* sebanyak 3 kali, supaya konsumen dapat melihat dan tertarik untuk membeli brownies. Cara penjualan dapat dilakukan dengan menghubungi nomor *whatsapp* yang tertera pada poster atau bio instagram, kemudian setelah pesanan terkumpul dilakukan pembuatan brownies dan produk yang sudah jadi dapat dikirim ke konsumen. Pada setiap minggunya pemesanan biasanya mencapai 10 box. Sistem penjualannya online, pembayaran dapat dilakukan melalui transfer bank dan COD (*cash on delivery*).

Pengambilan brownies dapat diambil langsung datang ke rumah (*self pick up*), dan dapat dikirim melalui gosend / grabexpress. Pada penelitian ini dilakukan penjualan brownies original dan brownies substitusi tepung kedelai secara bersamaan selama 3 bulan. Hasil penjualan dicatat dan kemudian dapat disimpulkan apakah brownies substitusi tepung kedelai banyak diminati oleh konsumen.

Untuk mengetahui pada titik berapa bisnis mencapai titik impas, maka digunakan analisis BEP (*Break Even Point*). Hubungan biaya variabel, biaya tetap, keuntungan, volume kegiatan dapat diketahui melalui analisis BEP. Analisis BEP unit dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{BEP} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

3.5. Survei

3.5.1. Teknik Pemilihan Sampel

3.5.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam uji pengaruh persepsi konsumen adalah konsumen yang melakukan pembelian brownies di Ciocolatobrownie. Jumlah panelis yang digunakan pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = *Standar Error* (5%)

Jumlah konsumen yang telah membeli dan mencicipi produk brownies Ciocolatobrownie selama 4 bulan terakhir berjumlah 135. Dengan demikian, total panelis yang dipilih yaitu berjumlah 101 panelis. Perhitungan jumlah panelis yang digunakan yaitu $n = 135 / (1 + 135 (0,05)^2) = 100,93 = 101$ responden.

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran 4 *likert scale*. Menurut Azwar (1997), Modifikasi skala likert memiliki tujuan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung/terdapat pada skala 5 tingkat, modifikasi skala likert meniadakan kategori jawaban yang berada ditengah dengan alasan: (1) kategori tersebut memiliki arti ganda atau diartikan belum dapat memutuskan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setuju pun tidak. (2) adanya jawaban netral, responden memiliki kecenderungan untuk menjawab ke tengah. (3) tujuan utama atau maksud kategori STS-TS-S-SS adalah untuk melihat kecenderungan orang/responden ke arah setuju atau ke arah tidak setuju.

Penelitian penilaian dengan keterangan mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju terhadap subjek dan objek tertentu. Terdapat 4 kategori jawaban dengan skor yang berbeda yaitu:

Sangat setuju	: 4	Tidak setuju	: 2
Setuju	: 3	Sangat Tidak Setuju	: 1

3.5.3. Variabel dan Indikator Penelitian

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, variabel dan indikator penelitian dapat dilihat pada Tabel 5. :

Tabel 5. Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Persepsi Kualitas	1. Kualitas yang bagus 2. Kesesuaian dengan manfaat 3. Aman
2.	Persepsi Harga	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga

Lanjutan Tabel 5.

No.	Variabel	Indikator
3.	Minat Beli	1. Transaksional 2. Referensial 3. Preferensial 4. Eksploratif

3.5.4. Metode Pengumpulan Data

a. Uji Pendahuluan

Uji pendahuluan dilakukan yang bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang telah dibuat dapat diterima oleh responden atau tidak. Sehingga dengan adanya uji pendahuluan ini, peneliti dapat memastikan bahwa pernyataan yang telah dibuat valid dan reliabel dengan melakukan pengujian uji validitas dan reliabilitas. Tahap ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form*.

b. Kuesioner Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli Brownies Panggang Substitusi Kedelai

Metode kuesioner ini ditujukan pada konsumen cioccolatobrownie terhadap brownies kedelai. Kuesioner dapat dilihat pada lampiran 7. Pada penelitian ini peneliti melakukan survei terkait persepsi konsumen terhadap minat beli brownies kedelai. Penggunaan kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dari konsumen yang dibutuhkan peneliti, dimana terdapat 17 pertanyaan dengan hasil yang dinyatakan dalam skala ordinal 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju).

3.5.5. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian data yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Dasar penelitian uji validitas yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka instrumen dalam penelitian tersebut valid (Aulia & Hidayat, 2017).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu alat ukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan maupun pertanyaan yang merupakan suatu variabel dalam bentuk kuesioner. Mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha*, kriterianya yaitu suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ (Aulia & Hidayat, 2017) dan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari r tabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak normal. Normalitas diuji dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Jika Signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal sehingga baik untuk regresi. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal (Aditya & Immanuel, 2021)

d. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dan arah hubungan tersebut. Koefisien Korelasi merupakan keeratan hubungan antar variabel yang ditandai dengan "r". Uji korelasi yang digunakan adalah uji korelasi *bivariate pearson*. Jika nilai signifikansi $< 0,05\%$ maka berkorelasi, dan sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi. Untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel dapat menggunakan skala pada tabel 6 sebagai acuan:

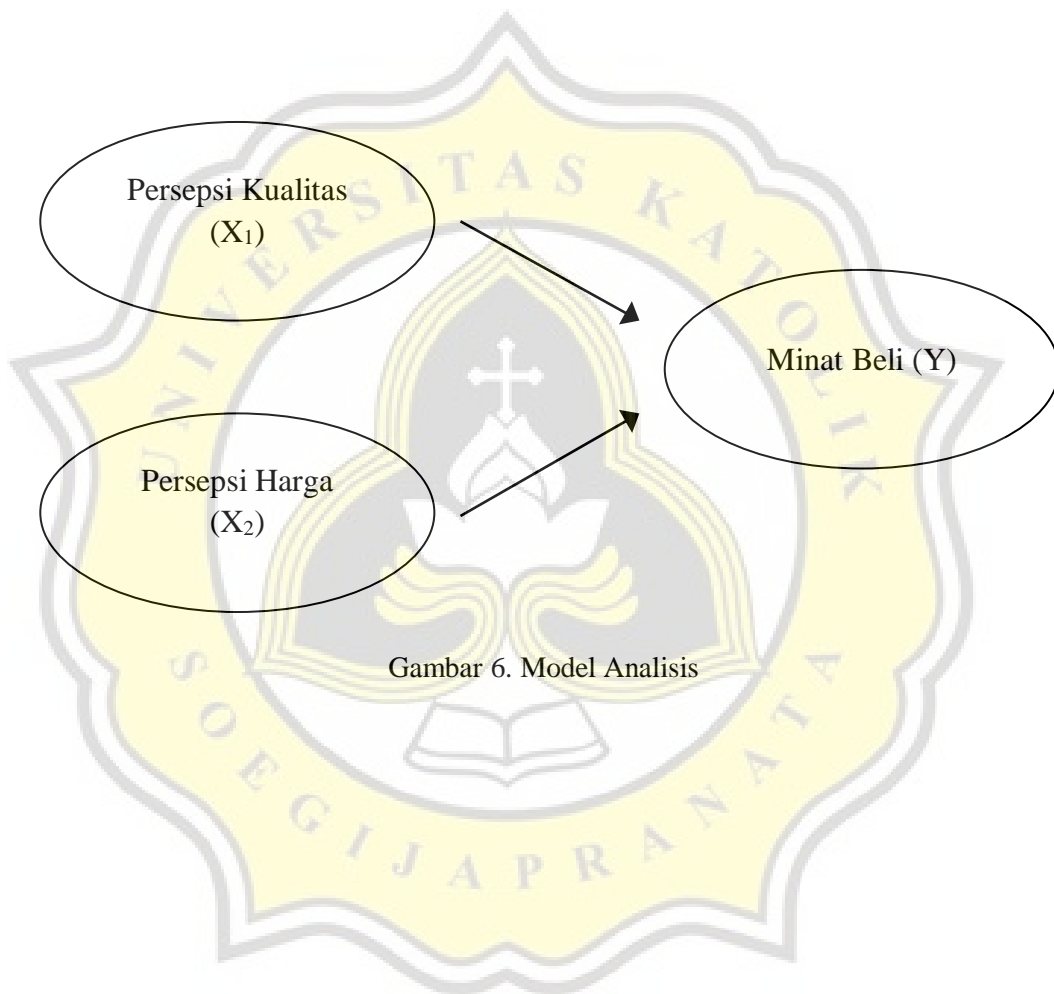
Tabel 6. Tingkat Korelasi & Keeratan Hubungan

Koefisien Korelasi	Korelasi
0,00 - 0,199	Sangat lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Medium
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2015) dalam (Maulana & Alisha, 2020)

e. Uji Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen terhadap variabel dependen (Aditya & Immanuel, 2021). Pada uji ini tingkat signifikansinya yaitu sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$).



Gambar 6. Model Analisis