

2. MATERI DAN METODA

2.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian untuk pengembangan produk susu kedelai dilakukan di gereja Tanah Mas. Hal ini karena sebagian besar penduduk Tanah Mas merupakan golongan ekonomi menengah yang biasanya sering mengkonsumsi produk olahan.

2.2 Pemilihan dan karakteristik konsumen.

Konsumen pengembangan produk susu kedelai yang dituju adalah manula. Manula mempunyai rentang umur antara 60-75 tahun. Konsumen manula ini cocok untuk pengembangan produk susu kedelai karena manula rawan osteoporosis. Untuk menentukan jumlah responden yang akan diwawancarai digunakan rumus sebagai berikut:

$$p = \frac{\text{jumlah responden yang menyatakan setuju}}{\text{jumlah responden keseluruhan (20 orang)}}$$

$$q = \frac{\text{jumlah responden yang menyatakan tidak setuju}}{\text{jumlah responden keseluruhan (20 orang)}}$$

$$D = \frac{B^2}{4}$$

$$n = \frac{Npxq}{(N-1)D + (pxq)}$$

B : batas tertinggi kesalahan sampling

D : tingkat kepercayaan

N : jumlah responden dalam populasi

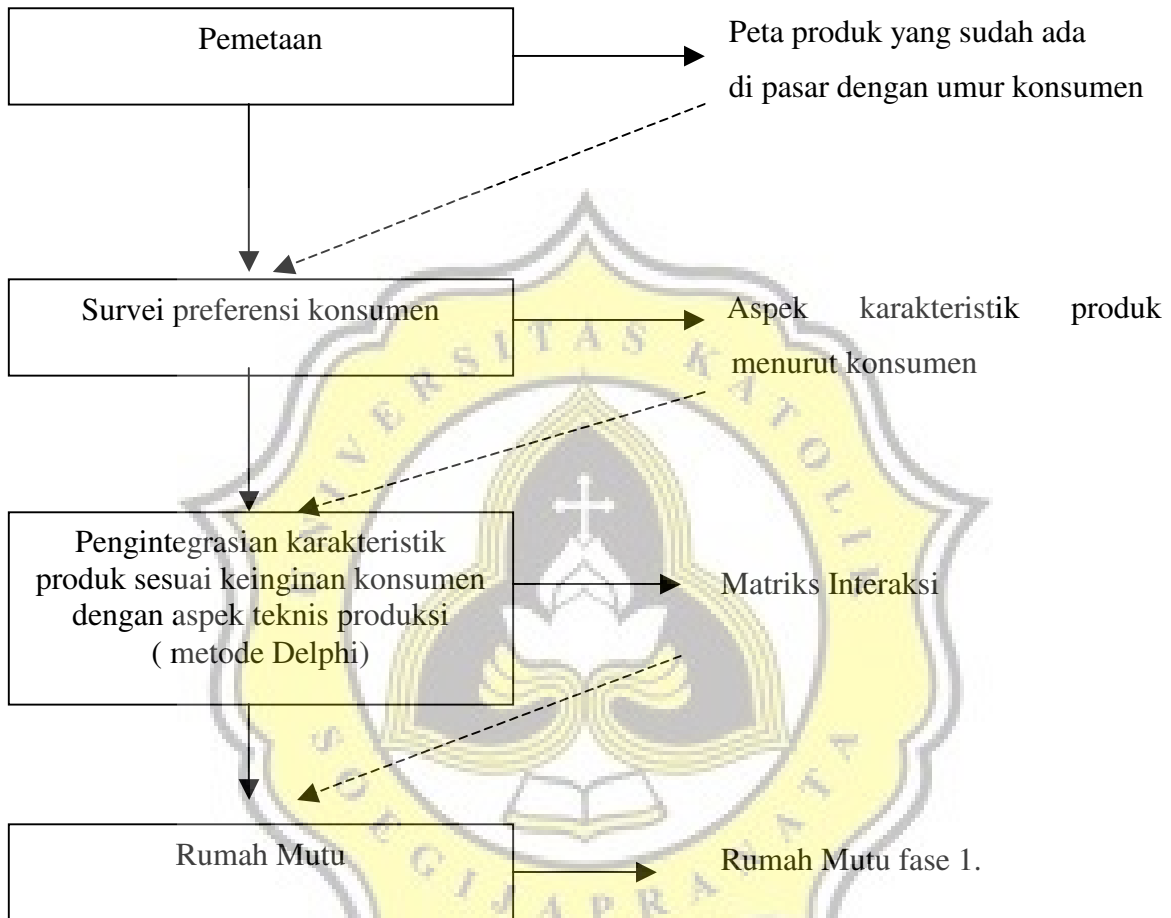
n : jumlah responden yang digunakan

(Supranto, 2000).

Berdasarkan perhitungan tersebut dipilih 100 orang responden.

2.3 Proses Penelitian

Secara garis besar seluruh rangkaian proses penelitian ini didasarkan pada diagram alir berikut



Keterangan :

- > Aliran proses
- > Aliran Informasi

Dilihat dari diagram alir diatas hal yang pertama dilakukan adalah pemetaan produk susu kedelai yang sudah ada di pasar ini bertujuan untuk melihat adanya peluang pengembangan produk berbasis susu kedelai. Survei dilakukan di berbagai supermarket di Semarang antara lain: Hero Candi, Hero Puri, Sri Ratu, Gelael, Alfa, Ada, Matahari. Dari pemetaan produk menurut usia konsumen dapat dilakukan survey preferensi

konsumen terhadap 100 orang responden yang menghasilkan aspek karakteristik produk menurut konsumen. Setelah itu dilakukan pengintegrasian antara karakteristik produk sesuai keinginan konsumen dengan aspek teknis produksi menggunakan metode Delphi. Adapun 10 langkah metode Delphi sebagai berikut :

1. Pembentukan suatu kelompok untuk melakukan dan memonitor metode Delphi pada pokok yang sudah ditentukan.
2. Pemilihan satu atau lebih panel untuk mengikuti latihan. Biasanya panelis merupakan ahli dalam area yang akan diinvestigasi.
3. Pengembangan metode Delphi yang pertama adalah kuesioner
4. Pengujian kuesioner untuk penyesuaian kata (kerancuan, ketidakjelasan)
5. Transmisi daftar pertanyaan yang pertama pada panelis
6. Analisa respon pada bagian yang pertama
7. Persiapan untuk kuesioner pada bagian kedua (dan pengujian yang mungkin dilakukan)
8. Transmisi kuesioner pada bagian kedua pada panelis.
9. Analisa respon pada bagian kedua (langkah 7 sampai 9 dapat diulang lagi jika dibutuhkan untuk stabilitas hasil)
10. Persiapan laporan oleh tim analis untuk menyajikan kesimpulan latihan.

(Anonim, 2006^a).

Dari 10 langkah metode Delphi dihasilkan Matrix Interaksi yang mengintegrasikan preferensi konsumen dengan aspek teknis produksi. Selanjutnya hasil dari Matrix Interaksi dimasukkan ke dalam Rumah Mutu, sehingga dihasilkan Rumah Mutu fase 1.

2.4 Analisis Data

Data hasil survey pendahuluan tentang produk yang tersedia di pasar disajikan dalam bentuk grafik *scatter plot* dua dimensi.

Data karakteristik produk yang diharapkan oleh konsumen berdasarkan survey yang dilakukan disajikan dalam bentuk tabel. Demikian pula peringkat hasil wawancara menurut sifat yang diharapkan oleh konsumen juga disajikan dalam bentuk tabel

Informasi peringkat teratas karakteristik produk berdasarkan survey selanjutnya dipadukan dengan faktor – faktor aspek teknis produksi dalam sebuah matriks interaksi, yang akhirnya disusun dalam *House of Quality phase 1* berdasarkan interaksi yang terkuat antara karakteristik produk dan aspek teknis produksi. Semua komputasi dan pembuatan tabel dilakukan dengan *Microsoft Word from Windows*.

