

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei dengan pendekatan eksploratif untuk memahami inovasi usaha produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mutu organoleptik, kepuasan konsumen, aspek SWOT, keberhasilan usaha, dan aspek finansial.

#### **B. Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Mei 2024 dan bertepatan di:

1. Rumah Produksi (Griya Permata Ijen A3, Kota Mojokerto, Provinsi Jawa Timur) untuk proses pengolahan produk HESBAR
2. Penjualan atau pemasaran produk HESBAR dilakukan di toko jajanan kue Citra dan *pre-order* melalui media sosial.

#### **C. Variabel Penelitian**

- a. Variabel Bebas: produksi snack bar tepung kacang hijau dan tepung kacang merah
- b. Variabel Terikat:
  1. Mutu Organoleptik
  2. Kepuasan Konsumen
  3. Analisis SWOT
  4. Analisis aspek finansial
  5. Analisis keberhasilan usaha

#### **D. Sasaran dan Sampel**

Sasaran dari produk ini adalah balita usia 1-5 tahun dan masyarakat umum. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 orang.

#### **E. Bahan dan Alat**

1. Alat

Alat yang digunakan dalam pembuatan snack bar adalah timbangan, pisau, loyang, baskom, mangkok, sendok, talenan, kompor, teflon, tabung gas, oven, dan sealer.

## 2. Bahan

Bahan yang dipakai dalam pembuatan snack bar adalah tepung kacang hijau, tepung kacang merah, biji bunga matahari, biji labu, kacang almond, havermut, *rice crispy*, kurma, dan madu.

## F. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel		Definisi	Metode dan Alat Ukur	Skala Ukur
1.	Produk snack bar tepung kacang merah dan kacang hijau	Terbuat dari campuran tepung kacang merah dan tepung kacang hijau (50:50)		
2.	HPP	Harga pokok alat dan bahan yang digunakan dalam sekali produksi	Menurut Mulyadi (2014) perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) = $\frac{Biaya\ Tetap + Biaya\ Tidak\ Tetap}{Jumlah\ Produk}$	Rasio
3.	Harga Jual	Harga yang diperoleh dari penjumlahan harga pokok produksi ditambah dengan mark up atau persen keuntungan	Menurut Halim <i>et al</i> (2017) perhitungan Harga Jual = Harga pokok Produksi + (Harga pokok Produksi × <i>Mark up</i> %)	Rasio
4.	Pendapatan	Jumlah uang yang diterima dalam proses penjualan.	Menurut Soekartawi (2006) rumus total pendapatan adalah: TR = P × Q Keterangan: TR : Total pendapatan P : Harga Produk Q : Total penjualan	Rasio
5.	Keuntungan	Pengurangan pendapatan total dengan biaya total dari usaha	Menurut Soekartawi (2002) rumus Keuntungan adalah: $\pi = TR - TC$ Keterangan: $\pi$ : Keuntungan TR : Total pendapatan	Rasio

			TC : Total biaya	
6.	BEP	Teknik analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan komposisi produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua beban yang terjadi selama periode tertentu.	Menurut Soekartawi (2006) rumus <i>Break Even Point</i> yaitu:  $\text{BEP Produksi} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Harga jual}}$ $\text{BEP Harga} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah produk}}$	Rasio
7.	<i>Revenue/Cost Ratio</i> R/C	Perbandingan antara total pendapatan dengan total biaya	Menurut Soekartawi (2006) rumus <i>Revenue/ Cost Ratio</i> (R/C) adalah: $(R/C) = \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Total Biaya}}$  Keterangan: a). Jika R/C Ratio > 1, maka usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau layak untuk dikembangkan. b). Jika R/C Ratio < 1, maka usaha tersebut mengalami kerugian atau tidak layak untuk dikembangkan. c). Jika R/C Ratio = 1, maka usaha berada pada titik impas.	Rasio
8.	<i>Payback Period</i>	Menurut Utari, <i>et al.</i> (2016), <i>metode payback period</i> (PP) adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan proceeds aliran	Menurut Ristantri dan Supriono (2020) rumus menghitung <i>payback period</i> adalah: $\text{PP} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Keuntungan}} \times 1 \text{ bulan}$	Rasio

		kas netto ( <i>net cash flow</i> ), atau total arus kas bersih dalam periode tertentu sama dengan pengeluaran investasi di awal periode.		
9.	Mutu Organoleptik	Tingkat kesukaan konsumen terhadap karakteristik produk HESBAR (meliputi aroma, rasa, tekstur, dan warna).	<i>Hedonik scale test:</i> 1. Sangat suka 2. Suka 3. Tidak suka 4. Sangat tidak suka	Ordinal
10	Kepuasan Konsumen	Tingkat kepuasan konsumen terhadap harga dan kemasan produk HESBAR.	1. Sangat suka 2. Suka 3. Tidak suka 4. Sangat tidak suka	Ordinal

### G. Metode Penelitian

#### 1. Penelitian Terdahulu

Referensi resep *snack bar* tepung kacang hijau dan kacang merah dari taraf perlakuan terbaik yang dilakukan oleh Gustiani (2020) disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Komposisi Bahan Snack Bar Tepung Kacang Hijau dan Tepung Kacang Merah

No	Bahan	Jumlah Bahan
1	Kacang Hijau (gram)	50
2	Kacang Merah (gram)	50
3	Biji bunga matahari (gram)	20
4	Biji labu (gram)	40
5	Kacang almond (gram)	20
6	Kurma (gram)	60
7	Madu (gram)	40
8	Havermut (gram)	40
9	<i>Rice crispy</i> (gram)	40
10	Gula aren (gram)	100
11	Vanili (gram)	40

Analisis zat gizi dan nilai energi pada HESBAR 100 gram produk HESBAR disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Kandungan Energi dan Zat Gizi per 100 gram Produk HESBAR

<b>Energi dan Zat Gizi</b>	<b>Nilai Zat Gizi dan Energi</b>	<b>Permenkes Nomor 51 tahun 2016 Syarat Zat Gizi Makanan Tambahan untuk Balita usia 6-59 bulan Kategori Stunting</b>	<b>Persen Zat Gizi yang terkandung dalam 100 gram Produk HESBAR</b>
Energi (kkal)	325,6	400	81,4%
Protein (gram)	8,4	8-12	105-70%
Lemak (gram)	8,8	10-18	88-48,9
Karbohidrat (gram)	55,6	25	222,4%

Pada Tabel 4 disajikan kandungan energi dan zat gizi produk HESBAR 25 gram atau 1 porsi

Tabel 4. Kandungan Energi dan Zat Gizi per 1 Porsi (25 gram)

<b>Energi dan Zat Gizi</b>	<b>Nilai Zat Gizi dan Energi</b>	<b>Permenkes Nomor 51 tahun 2016 Syarat Zat Gizi Makanan Tambahan untuk Balita usia 6-59 bulan Kategori Stunting</b>	<b>Persen Kecukupan Energi dan Zat Gizi yang didapat dari mengkonsumsi 1 porsi (25 gram)</b>
Energi (kkal)	104,3	100	104,3%
Protein (gram)	2,7	2-3	135-90%
Lemak (gram)	2,5	2,5-4,5	100-55,5%
Karbohidrat (gram)	18,2	6,25	291,2%

## H. Spesifikasi Bahan Makanan

Tabel 5. Spesifikasi Bahan Makanan Produk HESBAR

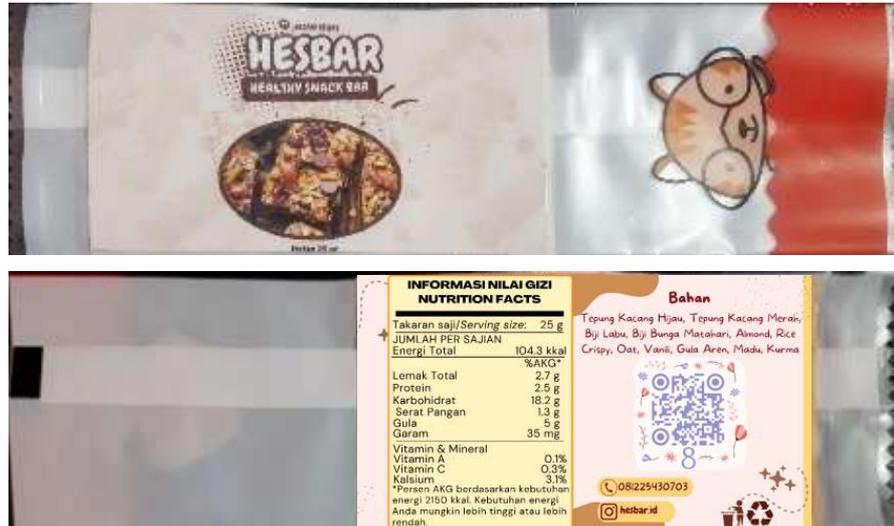
No.	Nama Bahan Makanan	Spesifikasi	Gambar
1	Tepung Kacang Hijau	Warna hijau, aroma tidak apek, halus, tidak menggumpal, merek Sehat.	
2	Tepung Kacang Merah	Warna kecokelatan, tidak apek, halus, tidak menggumpal, merek Sehat.	
3	Biji bunga matahari	Utuh, berwarna coklat keemasan, bebas kontaminasi bahan asing atau serangga, merek Golden Seed.	
4	Biji labu	Warna hijau tua, permukaan biji bersih dari kontaminasi atau kerusakan, merek Golden Seed.	
5	Kacang almond	Tidak berjamur, utuh, berwarna coklat, merek Abahali.	

6	Kurma	Segar, utuh, tidak berjamur, berwarna coklat, merek Palmfruit.	
7	Madu	Aroma dan rasa khas manis, warna madu coklat tua, tekstur kental dan lengket, merek Ratu Lebah.	
8	Havermut	Tekstur pipih, aroma dan rasa tidak tengik, tidak berjamur, merek Zahira.	
9	<i>Rice crispy</i>	Renyah, berwarna kuning muda, sedikit manis, merek <i>Freshfood</i> .	
10	Gula aren	Manis, berwarna coklat, halus, tidak menggumpal, merek Haan.	
11	Vanila	Memiliki rasa dan aroma vanila, bebas dari kontaminan atau serangga, merek Koepoe Koepoe.	

## I. Pasca Produksi

### 1. Pengemasan

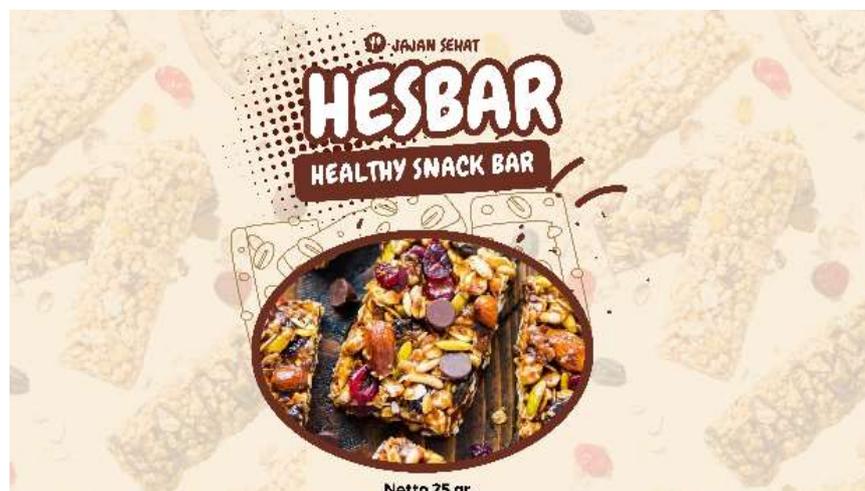
Gambar 1. ini menunjukkan kemasan produk HESBAR yang memiliki logo produk, komposisi bahan, dan nilai gizi. Kemasan produk ini menggunakan plastik dengan ukuran 4.5 x 15 cm, yang dirancang agar praktis dan mudah dibawa.



Gambar 1. Kemasan Produk

### 2. Logo dan Stiker Produk HESBAR

Gambar 2. Menunjukkan logo dan stiker produk yang berisi nama produk HESBAR (*Healthy Snack Bar*). Daftar bahan makanan yang digunakan dalam produk, berat bersih produk, dan informasi nilai gizi pada produk HESBAR.





Gambar 2. Logo Kemasan

### 3. Pemasaran

Gambar 3. menunjukkan brosur penjualan yang digunakan sebagai bagian dari strategi promosi produk HESBAR.



Gambar 3. Brosur Penjualan

Strategi promosi yang dilakukan adalah

#### a) Promosi Offline

Dengan cara berjualan dititipkan di toko

#### b) Promosi Online

Melalui iklan di media sosial seperti WhatsApp, dan Instagram dengan menggunakan metode *Pre-Order*.

## J. Rencana Biaya

Tabel 6 ini merinci biaya investasi alat untuk pembuatan HESBAR.

Biaya ini meliputi harga alat, umur ekonomis, dan biaya penyusutan.

Tabel 6. Biaya Investasi Pembuatan HESBAR

Nama Barang	Jumlah	Harga per Unit	Harga Total	Nilai Sisa per Unit	Umur Ekonomis	Total Nilai Sisa	Penyusutan
Oven	1	Rp119.900	Rp119.900	Rp11.990	5	Rp11.990	Rp21.582
Kompore	1	Rp92.600	Rp92.600	Rp9.260	5	Rp9.260	Rp16.668
Tabung gas	1	Rp15.600	Rp15.600	Rp1.560	3	Rp1.560	Rp4.680
Teflon	1	Rp30.000	Rp30.000	Rp3.000	5	Rp3.000	Rp5.400
Sendok	1	Rp2.000	Rp2.000	Rp200	5	Rp200	Rp360
Pisau	1	Rp4.000	Rp4.000	Rp400	4	Rp400	Rp900
Baskom	1	Rp2.950	Rp2.950	Rp295	3	Rp295	Rp885
Blender	1	Rp10.200	Rp10.200	Rp1.020	5	Rp1.020	Rp1.836
Loyang	1	Rp20.000	Rp20.000	Rp2.000	5	Rp2.000	Rp3.600
Timbangan digital	1	Rp8.000	Rp8.000	Rp800	3	Rp800	Rp2.400
Talenan	1	Rp8.000	Rp8.000	Rp800	5	Rp800	Rp1.440
<b>Total</b>			Rp313.250				Rp59.751

Menurut Rheude J. (2023) skala persentase penyusutan berkisar dari 2% - 10%.

Tabel 7 memaparkan biaya bahan yang dibutuhkan untuk membuat 60 pcs HESBAR. Setiap bahan dicantumkan jumlah kebutuhan, harga satuan, dan total harga yang diperlukan untuk kebutuhan produksi.

Tabel 7. Biaya Produksi Pembuatan HESBAR

Bahan Makanan	Kebutuhan	Satuan	Harga Satuan	Harga Kebutuhan
Kacang hijau (gram)	150	250	Rp13.200	Rp3.960
Kacang Merah (gram)	150	250	Rp13.900	Rp4.170
Biji bunga matahari (gram)	60	250	Rp14.000	Rp3.360
Biji labu (gram)	120	250	Rp17.400	Rp8.352
Almond (gram)	60	100	Rp10.500	Rp6.300
Kurma (gram)	180	500	Rp31.000	Rp11.160
Madu (gram)	120	500	Rp27.900	Rp3.348
Havermut (gram)	120	500	Rp10.000	Rp2.400
Rice crispy (gram)	120	250	Rp12.000	Rp2.880
Gula Aren (gram)	300	500	Rp16.200	Rp9.720
Vanili (gram)	120	60	Rp8.800	Rp17.600
Air mineral (ml)	60	19.000	Rp20.000	Rp63
Stiker	60	20	Rp12.000	Rp12.000
Kemasan	60	20	Rp22.000	Rp13.200
<b>Total</b>				<b>Rp98.513</b>

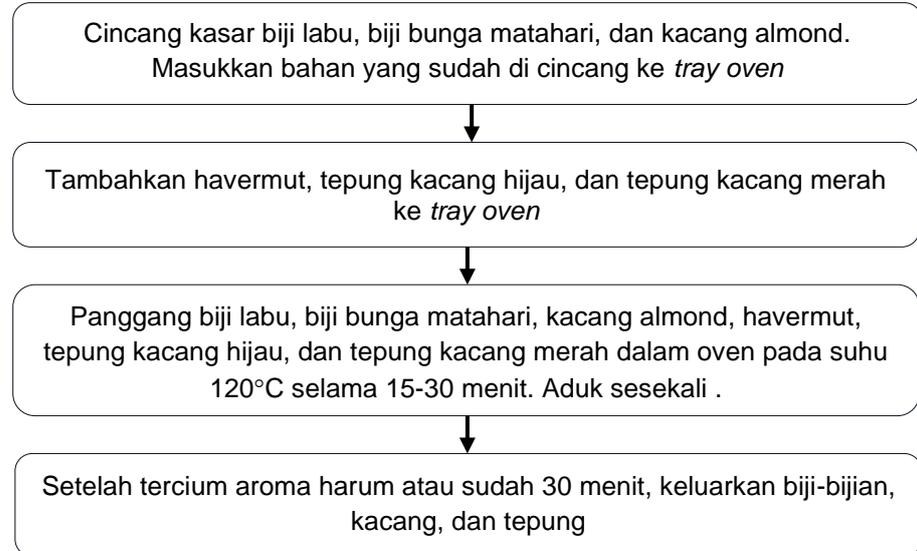
Pada Tabel 8 ini merinci biaya operasional yang dibutuhkan dalam memproduksi HESBAR. Biaya operasional ini mencakup berbagai komponen seperti biaya Listrik, gas, tenaga kerja, dan penyusutan alat.

Tabel 8. Biaya Operasional Pembuatan HESBAR

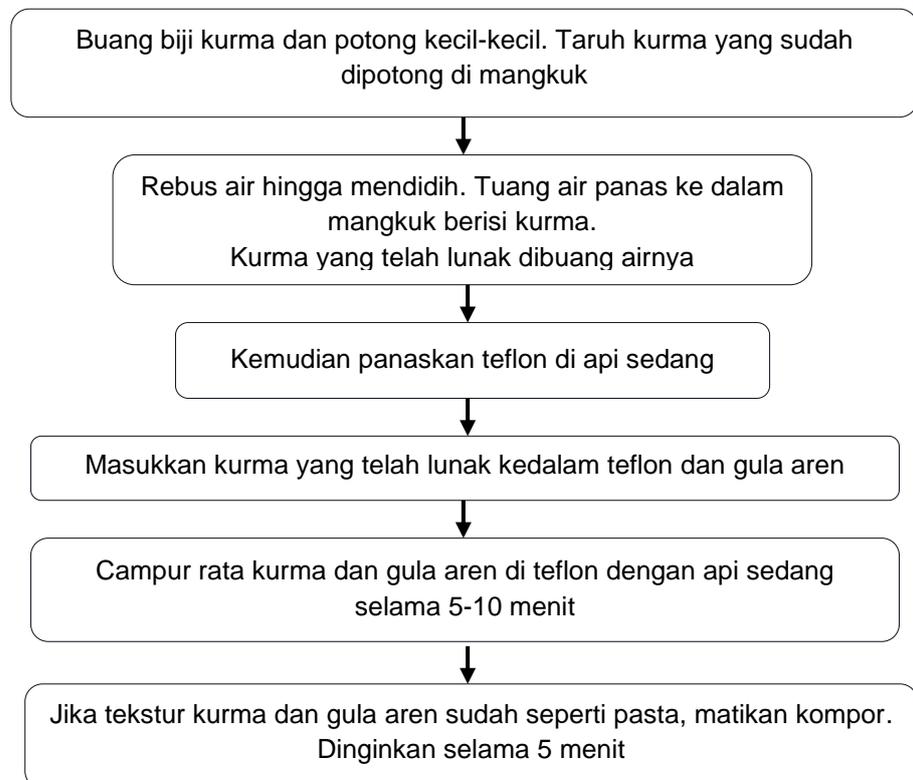
Jenis Biaya	Jumlah	Harga Satuan/hari	Total Biaya per Hari	Total Blaya
Listrik	0,64 kWh	Rp1.352	Rp865	Rp6.922
Gas	1	Rp15.600	Rp15.600	Rp15.600
Tenaga kerja	1	Rp10.000	Rp10.000	Rp40.000
Penyusutan	10%	Rp59.751	Rp59.751	Rp59.751
<b>Total</b>				<b>Rp122.273</b>

## K. Prosedur Pengolahan

### 1. Persiapan Bahan



Gambar 4. Pengolahan Biji-bijian dan Kacang



Gambar 5. Pengolahan Pasta Kurma

## 2. Pengolahan Produk Snack Bar



Gambar 6. Pengolahan Produk Snack Bar

## L. Matriks SWOT

Tabel 9. Matriks SWOT

<b>IFAS EFAS</b>	<b>Strengths (S)</b> Tentukan faktor kekuatan internal	<b>Weaknesses (W)</b> Tentukan faktor kelemahan internal
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Tentukan ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

## M. Mutu Organoleptik

Pengolahan data mutu organoleptik produk HESBAR dilakukan menggunakan metode uji skala kesukaan. Sebanyak 60 responden mengisi kuesioner untuk memberikan tanggapan tentang tingkat kesukaan mereka terhadap produk, mencakup aroma, rasa, tekstur, dan warna. Metode ini menggunakan uji skala kesukaan (hedonic scale) yang diberi skor 1-4 berdasarkan kriteria:

1. Sangat Suka
2. Suka
3. Tidak Suka
4. Sangat Tidak Suka

## N. Kepuasan Konsumen

Pengolahan data kepuasan konsumen menggunakan alat ukur skala kepuasan konsumen dengan responden sebanyak 60 orang. Skala kepuasan disesuaikan dengan subjek penelitian, dan item-item dalam skala tersebut mengacu pada aspek-aspek kepuasan konsumen menurut Dutka (1994), termasuk kemasan dan harga. Skala kepuasan konsumen yang digunakan mencakup kategori sangat baik, baik, cukup, dan kurang. Data dianalisis menggunakan perhitungan dengan metode Skala Likert. Skala Likert adalah skala respon untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini skala Likert digunakan untuk mengukur kepuasan

konsumen tentang harga, label dan kemasan produk. Skala Likert yang digunakan sebagai berikut:

1. Sangat suka
2. Suka
3. Tidak suka
4. Sangat tidak suka

#### **O. Respon Konsumen**

Berdasarkan hasil survei yang melibatkan 60 konsumen, diperoleh data sebagai berikut, sebanyak 50 responden berasal dari penjualan online dan 10 responden dari penjualan offline untuk produk HESBAR yang diformulasikan untuk pencegahan stunting. Dari jumlah tersebut, sebanyak 11 anak balita menerima produk melalui pembelian online, sementara 8 balita lainnya melalui pembelian offline.

Selanjutnya, 11 konsumen laki-laki berusia 20-50 tahun membeli HESBAR secara online. Sementara itu, wanita berusia 20-50 tahun, dengan jumlah responden mencapai 28 orang membeli HESBAR secara online. Pembelian HESBAR secara offline juga mencakup 2 orang wanita berusia 20-30 tahun.

#### **P. Teknik Pengolahan Data**

1. Observasional

Teknik pengolahan data observasional melibatkan serangkaian langkah untuk menyusun, menganalisis, dan menginterpretasi data hasil observasi. Aspek pemasaran produk, dicatat dengan sistematis terhadap analisis SWOT, perhitungan biaya finansial dan analisis keberhasilan usaha.

2. Survey

Metode pengumpulan data yang digunakan melibatkan distribusi instrumen kuesioner kepada pembeli, yang diperoleh dari konsumen yang membeli produk melalui platform survei online, khususnya melalui Google Formulir yang dapat di scan menggunakan barcode QR. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli.