

**USULAN PROPOSAL PENELITIAN
POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA
TAHUN ANGGARAN 2024**

TEMA :

**UJI ORGANOLEPTIC *PINEAPPLE JAM* DENGAN PENGGUNAAN STEVIA
SEBAGAI PEMANIS ALAMI DAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN
SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK DI KABUPATEN BINTAN**

Sumber Pembiayaan Eksternal PT BIIE



Aprilia Nurcahyaning Rahayu, S.Pd., M.Kes
Hetty Yulianti Sihite, S.S., M.Par
Chika Meilani Siregar
Suci Amanda Monica

**POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA
APRIL 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Uji Organoleptic Pineapple Jam Dengan Penggunaan Stevia Sebagai Pemanis alami dan Penerapan Strategi Pemasaran *Segmenting, Targeting, Positioning* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Kab. Bintan
2. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Aprilia Nurcahyaning Rahayu, S.Pd., M.Kes.
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIDN : 0708049202
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : D-3 Seni Kuliner
 - f. Nomor HP : 085733072890
 - g. Alamat surel (email) : apriliah@pbc.ac.id
3. Anggota Dosen
 - a. Nama Lengkap : Hetty Yulianti Sihite, S.S., M.Par
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIDN : 1009117401
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : D-4 Pengelolaan Perhotelan
 - f. Nomor HP : 082170573466
 - g. Alamat surel (email) : hetty@pbc.ac.id
4. Anggota Mahasiswa
 - a. Nama Lengkap : Chika Meilani Siregar
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIM : 202304010
 - d. Program Studi : D-4 Pengelolaan Perhotelan
 - e. Nomor HP : 082261652402
5. Anggota Mahasiswa
 - a. Nama Lengkap : Suci Amanda Monica
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIM : 202313014
 - d. Program Studi : D-3 Seni Kuliner
 - e. Nomor HP : 081218182986
6. Total Biaya Penelitian Internal : Rp. 11.000.000

Lagoi, 3 April 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Ida Rahayu, M.Par
NIK.201902038

Ketua Peneliti



Aprilia Nurcahyaning Rahayu, S.Pd., M.Kes
NIK.202208010

Identitas Peneliti

- 1) **Judul Usulan** : Uji Organoleptic Pineapple Jam Dengan Penggunaan Stevia Sebagai Pemanis Alami dan Penerapan Strategi Pemasaran *Segmenting, Targeting, Positioning* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Kab. Bintan
- 2) **Ketua Peneliti**
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Aprilia Nurcahyaning Rahayu, S.Pd., M.Kes
 - b. Bidang Keahlian : *Culinary*
- 3) **Anggota Dosen**
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Hetty Yulianti Sihite, S.S., M.Par
 - b. Bidang Keahlian : Perhotelan
- 4) **Anggota Mahasiswa**
 - a. Nama Lengkap : Chika Meilani Siregar
 - b. Bidang Keahlian : Perhotelan
- 5) **Anggota Mahasiswa**
 - a. Nama Lengkap : Suci Amanda Monica
 - b. Bidang Keahlian : *Culinary*
- 6) **Tema Penelitian:**
Culinary, management
- 7) **Lokasi Penelitian:**
BIIE (Bintan Industrisn Inti Estate)
- 8) **Hasil yang Ditargetkan (beri penjelasan):**
 - a. Produk Selai Nanas Rendah Kalori
 - b. Publikasi Jurnal Nasional SINTA 4 di jurnal gastronomi Indonesia

Daftar Isi

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
Identitas Peneliti	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Bab I. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	3
1.3 Tujuan Kegiatan	3
1.4 Target	3
1.5 Luaran	3
Bab II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Buah Nanas	5
2.2 Selai	5
2.3 Stevia	6
2.4 Strategi Pemasaran	6
2.5 Produk Unggulan	8
Bab III METODELOGI PENELITIAN	10
3.1. Pendekatan Penelitian	10
3.1. Jenis dan Sumber Penelitian	10
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian	10
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	11
3.5 Bahan dan Alat	12
3.6 Rancangan Penelitian Produk	12
3.6.2 metode pengolahan	14
3.6.3 Uji Masa Simpan	15
3.7 Varibel Penelitian Eksperimen	16
3.8 Tehnik Analisis Data	16
BAB IV	18
JADWAL PELAKSANAAN PENELITIAN	18
DAFTAR PUSTAKA	19

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Luaran kegiatan Penelitian	3
Tabel 3.1 Bahan Pembuatan Selai Nanas.....	9
Tabel 3.2 Alat Pembuatan Selai Nanas.....	9
Tabel 3.3 penentuan resep baku.....	9
Tabel 3.4 Resep Dasar Ekperimen Selai Nanas Stevia.....	10
Tabel 4.1 Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian.....	11

Bab I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Nanas merupakan buah tropis yang mudah dijumpai di Indonesia. Nanas sangat mudah didapat dan jumlahnya melimpah karena masa panennya tidak mengenal musim, namun memiliki sifat mudah rusak dan cepat mengalami kebusukan (Kartika, 2015). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau produksi buah nanas pada tahun 2021 paling tinggi nomor 2 setelah buah salak, namun produksi nanas ada banyak di 6 daerah (Karimun, Bintan, Natuna, Lingga, Kepulauan Anambas, Batam, Tanjungpinang) dibandingkan dengan salak hanya ada di 3 tempat saja (Bintan, Natuna, Lingga). Produksi yang cukup banyak dan mudah didapat ini menjadikan peneliti tertarik untuk mengolah nanas menjadi selai nanas mengingat nanas memiliki cita rasa manis dan asam, aroma yang khas segar, warna kuning menarik,

Selai nanas merupakan produk olahan nanas yang populer. Pembuatan selai nanas sebagai produk olahan nanas untuk meningkatkan nilai jual, dan memperpanjang masa simpan. namun banyak selai nanas yang menggunakan gula pasir (sukrosa) yang tinggi untuk memberikan cita rasa manis. Anggraini (2016) bahwa jumlah kalori gula pasir sebesar 3,94 kkal/g dan mengkonsumsi gula tinggi dapat mengakibatkan tingginya kadar gula dalam tubuh sehingga mengakibatkan diabetes, gigi berlubang, dan menyebabkan kegemukkan.

Pada penelitian ini akan membuat selai nanas dengan setevia sebagai pemanis alami. Adanya gula stevia dapat dijadikan alternatif yang tepat untuk menggantikan kedudukan pemanis buatan atau pemanis sintetis yang memiliki nilai kalori rendah dengan tingkat kemanisan 100-200 kali kemanisan sukrosa dan tidak mempunyai efek karsinogenik yang dapat ditimbulkan oleh pemanis buatan (Harismah dkk, 2014) pada penelitian Julianto (2021) pemanis ini memiliki tingkat kemanisan 200-300 kali dari sukrosa sehingga dapat dijadikan pemanis non kalor. Rasa manis yang dihasilkan oleh stevia berasal dari senyawa steviosida yang merupakan pemanis alami non karsinogenik. Senyawa steviosida terdapat pada tanaman stevia, biasanya senyawa tersebut terdapat pada daunnya. Kandungan fitokimia daun stevia terbesar adalah glikosida, steroid dan tannin.

Sebagai produk olahan maka perlu dilakukan uji organoleptic. Tujuan uji organoleptic pada tingkat kesukaan (hedonic) warna, aroma, tekstur dan rasa ini untuk mengetahui produk yang sesuai dengan keinginan pasar kemudian dilakukan uji organoleptic pembeda untuk mengetahui hasil adakah perbedaan dari hasil olahan selai nanas stevia dengan selai nanas dengan gula pasir (sukrosa).

Produk olahan makanan yang telah melewati uji organoleptic maka akan siap untuk dipasarkan. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi usaha akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, usaha dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif guna mencapai target yang telah ditetapkan. Salah satu pendekatan yang digunakan secara luas dalam strategi pemasaran adalah *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP) (Rismawati, et al 2019).

Dalam upaya pemasaran, langkah awal yang harus dilakukan adalah melakukan segmentasi pasar atas produk yang akan dijual. *Segmenting* pasar pada intinya membagi potensi pasar menjadi bagian-bagian tertentu; bisa berdasar pembagian demografis yaitu berdasar kelas ekonomi dan pendidikan ataupun juga berdasar gaya hidup. Setelah segmentasi atas produk telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melakukan *targeting* atau membidik target market yang telah dipilih dalam analisa segmentasi pasar. Dalam upaya menentukan target pasar harus di sesuaikan dengan karakteristik pasar sasaran yang hendak dituju. Langkah selanjutnya adalah melakukan *positioning* produk, Langkah ini artinya adalah menciptakan keunikan posisi produk dalam benak atau persepsi pelanggan potensial yang akan dibidik.

Dengan memahami segmen pasar, menargetkan konsumen secara efektif , dan memposisikan produk dengan tepat maka dapat meningkatkan efisiensi pemasaran, membedakan dengan pesaing, dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Maka dari peneliti tertarik untuk meneliti uji organoleptic *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami dan penerapan Strategi Pemasaran *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Kab. Bintan

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi kajian pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kesukaan (uji hedonic) dari segi warna, aroma, rasa, tekstur pada *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami?
2. Adakah perbedaan antara *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami dan *pineapple jam* dengan penggunaan gula pasir?
3. Berapa lama waktu masa simpan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami dan *pineapple jam* dalam kemasan?
4. Apakah *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning* berpengaruh terhadap upaya meningkatkan penjualan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami?

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan penelitian adalah :

1. Buah nanas adalah produk buah lokal Kab. Bintan yang melimpah dan dapat dimanfaatkan sebagai agroindustri bpada produk olahan makanan berupa *pineapple jam*
2. Untuk mengetahui daya terima konsumen maka dilakukan uji coba uji organoleptic sehingga dapat diketahui persentase stevia paling disukai konsumen dalam pembuatan *pineapple jam*.
3. Sebagai produk *pineapple jam* rendah kalori karena menambahkan stevia sebagai pemanis alami.
4. Mengetahui waktu simpan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami
5. Apakah *segmenting*, *targeting* dan *positioning* berpengaruh terhadap upaya meningkatkan penjualan produk olah *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami?

1.4 Target

Target penelitian untuk mendapatkan produk lokal yang menarik dan sehat dan di pasarkan di Kab. Bintan.

1.5 Luaran

Luaran dari kegiatan penelitian ini adalah

1. Produk olah *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami yang sehat.
2. Upload jurnal sinta 4 Jurnal Gastronomi Indonesia

Tabel 1. Luaran kegiatan Penelitian

NO	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN / Prosiding jurnal Nasional (Penelitian).	Ada
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repository PT	Ada
3	Buku resep	Ada
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional	Tidak Ada
2	Jasa : rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	Tidak Ada
3	Hak Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia Dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Tidak Ada
4	Buku ber ISBN	Tidak ada

Bab II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Buah Nanas

Nanas dalam Bahasa latin *Ananas comosus* L. Merr dan termasuk dalam famili bromiliaceae yang berasal dari Amerika Selatan dan sudah menyebar di dunia termasuk ke Indonesia. Buah nanas menjadi salah satu produk hortikultur provinsi Kepulauan Riau dan memiliki produksi terbesar kedua setelah buah salak. Produksi nenas pada tahun 2022 mencapai 45.466,74 kuintal, turun sebesar 18,35% (10.218,90 kuintal) dari tahun 2021. Buah Nanas merupakan komoditas ketiga dengan produksi terbanyak di Kepulauan Riau, dan merupakan salah satu komoditas strategis dari kelompok sayuran dan buah-buahan tahunan yang ada di Kepulauan Riau (BPS, 2022).

Menurut Herdiatuti (2016) menyatakan bahwa kandungan gizi nanas dapat ditemukan dalam kandungan fitokimia berupa bromelin yang berfungsi sebagai anti eradangan dalam tubuh manusia. Selain dari itu, kandungan lain yang di dapat dalam buah nanas adalah Bitamin A, C, B1, B6, mineral, antioksidasi, serat, lemak, kalium, protein, surkosa, kalsium, natrium, fosfor, pektin, karoten, magnesium, karbohidrat, tiamin, air.

2.2 Selai

Selai merupakan salah satu produk pangan yang sudah lama dikenal oleh masyarakat. Selai merupakan suatu bentuk makanan setengah padat yang dibuat dari buah-buahan dan gula pasir dengan komposisi buah 45% dan 55% bagian gula. Selai salah satu jenis makanan awetan berupa sari buah atau buah-buahan yang sudah dihancurkan, ditambah gula, dan dimasak hingga kental atau berbentuk setengah padat (Suyanti, 2010). Hal yang sama juga dijelaskan Suryani et al, 2004 dalam Budiman (2017) selai merupakan suatu produk dari hancuran buah yang dimasak dan dicampur dengan gula, dengan atau tanpa penambahan air yang memiliki tekstur lunak dan plastis.

Selai buah merupakan salah satu produk pengolahan buah-buahan yang diperoleh melalui pemasakkan hancuran buah (segar, beku, buah kaleng ataupun campuran ketiganya) yang ditambahkan gula atau campuran gula dan dekstrosa, dengan atau tanpa air hingga mencapai konsistensi tertentu. Semua buah dapat dibuat menjadi selai, buah yang digunakan pada pembuatan selai biasanya nanas, strawberry, mangga, markisa, blueberry dll. Selai termasuk makanan semipadat atau kental yang terbuat dari 45 bagian bubur buah dan 35

bagian gula. Campuran dipekatkan dengan pemasakan pada api sedang sampai kandungan gulanya menjadi sekitar 68% (Kuswara, 2017).

2.3 Stevia

Salah satu pemanis alami adalah steviosida dengan tingkat kemanisan 200 hingga 300 kali sukrosa. Gula stevia dapat menggantikan gula tebu karena nilai kalorinya yang rendah, dan non kalori. Daun stevia aman bagi konsumen yang sedang melakukan diet (Moraes, 2001). Stevia yang telah digunakan sebagai pemanis alami selama bertahun-tahun di berbagai negara, antara lain di negara-negara Amerika Selatan dan Jepang. Pemanis stevia yang berasal dari daun *Stevia rebaudiana* Bertoni merupakan tumbuhan perdu asli dari Paraguay. Daun stevia mengandung pemanis alami non kalori dan mampu menghasilkan rasa manis 70-400 kali dari manisnya gula tebu (Raini, 2011).

Steviosid dan rebaudiosid A aman, tidak bersifat mutagenik dan tidak memberikan khasiat dan efek samping pada dosis rendah. Efek sebagai insulinotropik, antidiabetik dan antihipertensi terjadi pada dosis yang cukup tinggi. Sedangkan steviol bersifat mutagenik secara in vitro terutama dengan adanya aktivasi metabolit namun secara in vivo tidak bersifat mutagenic (Raini, 2011).

2.4 Strategi Pemasaran

Pelaku usaha menggunakan berbagai strategi dalam memasarkan produknya, hal ini dikarenakan kondisi saat ini sangat ketat, jika perusahaan tidak menggunakan strategi yang tepat, maka pelaku usaha akan kalah dalam persaingan merebut pangsa pasar. Menurut Firmansyah (2019) menjelaskan pemasaran adalah sebuah proses pemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) menjelaskan strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan.

Dalam membuat rencana strategi pemasaran yang baik diperlukan analisis yang tepat yang prosesnya melibatkan 3 langkah dalam pemasaran yaitu: *Segmenting*, *Positioning*, *Targeting*. Pengelompokan konsumen yang menjadi target usaha dapat dikategorikan dalam

target dasar strategi marketing dengan metode *segmenting, targeting dan positioning* (STP) yang merupakan usaha untuk memposisikan produk pada pelanggan sehingga dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Salah satu produk yang memiliki keunggulan kompetitif yaitu produk yang memiliki peran penting dan khas bagi konsumen berdasarkan persepsi konsumen (Sani & Aslami, 2022).

Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi segmen yang berbeda-beda berdasarkan karakteristik, kebutuhan dan perilaku konsumen tersebut. Dengan melakukan segmentasi maka pelaku usaha dapat mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan dan preferensi serupa, sehingga strategi pemasaran dapat disusun lebih akurat dan fokus.

Setelah melakukan segmentasi maka perlu dipilih segmen mana yang akan menjadi target pasar utama. Menurut Tjiptono, Chandra, dan Andriana berpendapat bahwa segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku atau respon terhadap program pemasaran spesifik. Pendapat Tjiptono dan Chandra menjelaskan pengertian pasar sasaran adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan. Proses ini menjadi strategi pemasaran dengan menentukan *targeting*. Pelaku usaha akan mempertimbangkan beberapa faktor seperti ukuran segmen, potensi pertumbuhan usaha, keuntungan yang akan diperoleh, dan kesesuaian dengan sumber daya dan kompetensi usaha. Langkah selanjutnya menetapkan *positioning* yang melibatkan penciptaan citra dan persepsi yang unik mengenai produk di mata konsumen dalam segmen target. Dengan melakukan *positioning* yang efektif maka dapat dibedakan produk usaha dari pesaing dan membangun hubungan emosional dengan konsumen.

Penerapan strategi pemasaran dengan elemen *segmenting, targeting dan positioning* (STP) memiliki manfaat yang signifikan bagi usaha. Sehingga disarankan melakukan segmentasi yang baik, pelaku usaha dapat mengidentifikasi peluang pasar yang belum tersentuh dan dapat menyusun penawaran yang relevan. Melalui *targeting* yang tepat, pelaku usaha dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien dan mampu meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran. Di sisi lain *positioning* yang kuat akan membantu usaha untuk membangun citra merek usaha yang menguntungkan, meningkatkan kesadaran konsumen dan

mempengaruhi keputusan pembelian sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk.

2.5 Produk Unggulan

Dalam strategi pemasaran juga diharapkan menghasilkan produk unggulan terlebih jika produk unggulan tersebut berasal dari komoditi daerah. Produk unggulan daerah adalah bagian- bagian tertentu dari suatu daerah yang dapat diandalkan oleh daerah tersebut untuk meningkatkan komoditas daerah tersebut dan dapat diterima di pasaran (Damanik, dkk., 2019). Pengembangan produk unggulan daerah diharapkan mampu membangun citra positif sebuah kabupaten/kota sehingga perlahan-lahan dapat menjadi ikon/ simbol daerah dan secara tidak langsung dapat mempromosikan keunggulan-keunggulan lain yang belum terekspos. Produk unggulan daerah dapat dihasilkan melalui serangkaian proses mulai dari penciptaan nilai, pemanfaatan seluruh potensi sumber daya secara optimal, menghasilkan nilai lebih bagi peningkatan perekonomian daerah dan masyarakat serta memiliki peluang yang luas terhadap masuknya investasi dari luar daerah.

Produk unggulan apapun yang ada tentunya diperlukan pengelolaan dan pengembangan serta pemasaran yang sinergis. Agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestik dan/atau menembus pasar ekspor.

Produk unggulan adalah produk yang potensial di kembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) lokal yang berorientasi pasar dan ramah dan ramah lingkungan, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global (Kementerian Koperasi & UKM). Produk unggulan adalah : (1). Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan/ciri spesifik, kualitasbagus, harga murah); (2). Memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang potensial dapat dikembangkan; (3). Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat perdesaan; (4).

Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia; layak didukung oleh modal bantuan atau kredit.

Bab III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian berbentuk eksperimental pada produk dan pendekatan kuantitatif deskriptif.

3.1. Jenis dan Sumber Penelitian

Penelitian eksperimen ini digunakan untuk analisis produk. Penelitian eksperimen menurut (Jaedun, 2011) menjelaskan penelitian eksperimen merupakan penelitian kausal (sebab akibat) yang pembuktiannya diperoleh melalui komparasi/perbandingan antara :

- a. Kelompok eksperimen (yang diberi perlakuan) dengan kelompok kontrol (yang tidak diberikan perlakuan); atau
- b. Kondisi subjek sebelum diberikan perlakuan dengan sesudah diberi perlakuan.

Pada penelitian eksperimen ini akan melakukan uji organoleptik tingkat kesukaan dengan karakteristik warna, aroma, rasa, tekstur kemudian dilakukan uji organoleptik pembeda dengan metode uji duo trio. Metode uji duo trio ini untuk untuk mengetahui adanya perbedaan di dalam suatu kriteria mutu tertentu antara produk uji dan pembanding. Dalam percobaan ini akan diuji konsentrasi stevia yang ditambahkan saat pembuatan selai nanas yang dapat dideteksi secara sensorik.

Strategi pemasaran yang diteliti dengan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini digunakan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dengan elemen *segmenting*, *targeting* dan *positioning* (STP) memiliki manfaat yang signifikan bagi peningkatan penjualan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami.

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pasar di pilih dilokasi Kab. Bintan, Kepulauan Riau khususnya di Teluk Sebong. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kepulauan Riau tahun 2021 Bintan menjadi kabupaten yang memiliki produksi nanas cukup besar setelah Karimun dan Natuna. Kab. Bintan memiliki kawasan pariwisata seperti Lagoi, pantai Trikora, Lobam, Tanjung Uban dan sekitarnya memiliki beberapa hotel, villa, desa wisata yang menyediakan akomodasi.

Pada penelitian eksperimen pembuatan produk dilakukan di laboratorium *pastry* Politeknik Bintang Cakrawala dan dilakukan pada bulan Maret 2024. Uji organoleptic dilakukan daerah Bintang yaitu di kawasan wisata lagoi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk meneliti strategi pemasaran STP ini maka data yang digunakan adalah data primer dimana data dikumpulkan oleh peneliti langsung dari objek penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, maupun studi kepustakaan. Semua dilakukan untuk mendapatkan

Dalam penelitian strategi pemasaran STP ini, peneliti membagi sumber data menjadi 2 yaitu: 1) Data Primer, yaitu data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan, atau merupakan data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan berupa hasil pengamatan setempat dan perolehan dokumen perusahaan serta wawancara dan observasi. 2). Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber data kedua atau sumber sekunder. Adapun menurut Suharsimi Arikunto, data sekunder adalah merupakan data yang tidak langsung yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Setelah data terkumpul maka dilaksanakan sebuah analisis.

Jumlah responden untuk mengetahui *segmenting, targeting* dan *positioning* (STP) memiliki manfaat yang signifikan bagi peningkatan penjualan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami adalah kepada 100 orang responden yang terdiri dari mangement dan tamu hotel di kawasan pariwisata Lagoi, management dan tamu yang menginap di *executive villa* di kawasan Lobam dan masyarakat setempat yang membeli produk di supermarket, dan pengunjung pusat oleh-oleh dengan menggunakan instrumen kuesioner dalam bentuk *google form* yang disebarkan melalui aplikasi media sosial whatssap dan media sosial lainnya. Responden dapat mengakses kuesioner penelitian melalui tautan (link) yang telah dibuat oleh peneliti.

Panelis untuk uji organoleptik ada 70 panelis. Rincian panelis dari *purchasing* hotel atau villa, distributor hotel atau villa, mini market, dan super market total responden ini akan diambil sampel 35 orang selanjutnya dari professional atau panelis terlatih 15 panelis yaitu *chef pastry* dan 20 panelis pengunjung konsumen tamu hotel dikawasan Lagoi&BIIE, pengunjung Supermarket yang membeli selai, dan masyarakat umum dengan usia 20th-60th.

3.5 Bahan dan Alat

Subjek penelitian menggunakan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami. Bahan dan alat yang digunakan untuk penelitian ini supaya dapat mengontrol hasil penelitian tidak bias. Berikut bahan yang digunakan disajikan dalam tabel 3.1 bahan pembuatan pineapple jam dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami.

Tabel 3.1 Bahan pembuatan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami

No	Bahan	Spesifikasi
1	Buah Nanas	Nanas matang segar tua dan matang (BPOM, 2017)
2	Stevia	Serbuk daun standar SNI kering 30%-60%
3	Pektin	BPOM
4	Asam Sitrat	BPOM
5	Natrium benzoate	BPOM

Adapun alat yang digunakan untuk mengolah produk dapat dilihat pada tabel 3.2 alat pembuatan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami.

Tabel 3.2 Alat pembuatan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami

No	Alat	Spesifikasi
1	Pisau/Knife	Bahan stainless steel
2	Telenan/ Cutting board	Bahan rubber
3	Mangkok/ Bowl	Bahan stainless steel
4	Sutil/Spatula	Bahan Kayu
5	Wajan/frying pan	Teflon PTFE (polytetra-fluoro-ethylene)
6	Blender	Philip 405
7	Timbangan/scale	Digital
8	Nampan/tray	Stainless steel

3.6 Rancangan Penelitian Produk

3.6.1 Uji Resep dan RAL

Pada penelitian ini melakukan uji resep baku sebagai dasar pembuatan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami.

Tabel 3.3 Penentuan resep baku

Bahan	Resep BPOM Koswara dkk (2017)	Resep Dyana (2021)	Resep Aini dkk (2023)
	Selai buah	Selai nanas stevia dan pektin	Selai blimbing wuluh
Ekstrak buah blimbing wuluh	-		250 gram
Buah	4500 gram		-
Gula pasir	5500 gram		-
Gula stevia	-	0.15%	5%
Cmc	-		0,75%
Asam sitrat	1 gram		-
Pektin	15 gram	3%	-
Na-Benzotat	0.1%		

Penelitian ini melakukan uji coba resep dasar dengan ukuran dalam satuan gram menggunakan resep BPOM. Formulasi penghalusan bahan dilakukan dengan perbandingan buah dan air 1:1 mengikuti (Aini, 2021 dan BPOM, 2017), namun setelah dilakukan pre eksperimen uji resep didapatkan perbandingan buah dan air 2:1. Penggunaan pektin mengacu BPOM (2017) dan untuk asam sitrat dan natrium benzoat sebagai bahan pengawet mengikuti resep BPOM (2017). Berikut resep yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.4 Resep Dasar Ekperimen Selai Nanas Stevia

Bahan	Resep A	Resep B	Resep C
Buah Nanas	4500 gram	450 gram	450 gram
air	450 ml	450 ml	450 ml
Gula stevia	0,5% (2.25 gram)	1% (4.5 gram)	5% (22.5 gram)
Asam sitrat	0.1 gram	0.1 gram	0.1 gram
Pektin	1.5 gram	1.5 gram	1.5 gram
Na-benzoat	0.45 gram	0.45 gram	0.45 gram

Penggunaan persentase gula stevia untuk penelitian ini dengan maksimal 5% sesuai dengan penelitian Aini (2023). Selanjutnya penelitian ini menggunakan Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan engan satu factor yaitu penggunaan stevia dengan standar maksila 5% yang terdiri dari 4 taraf perlakuan:

A = stevia 0.5%

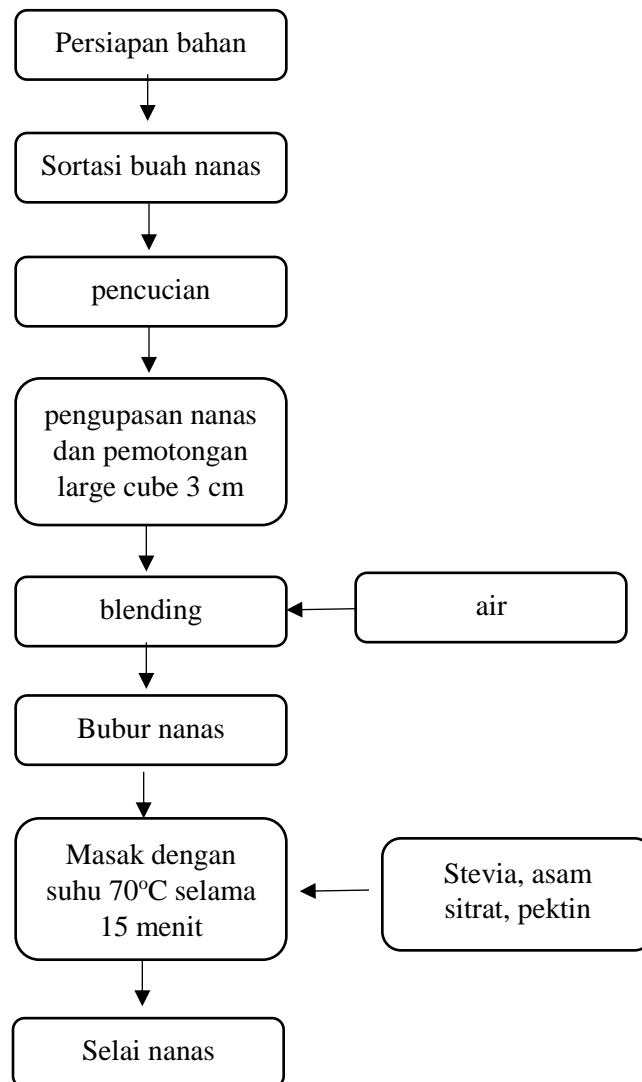
B = stevia 1%

C = stevia 5%

D= selai nanas merk x

3.6.2 metode pengolahan

Metode pengolahan akan menjadi acuan dalam pengolahan selai stevia untuk mendapatkan produk selai yang sesuai dan memiliki keseragaman hasil. Berikut flow chart pengolahan selai stevia:

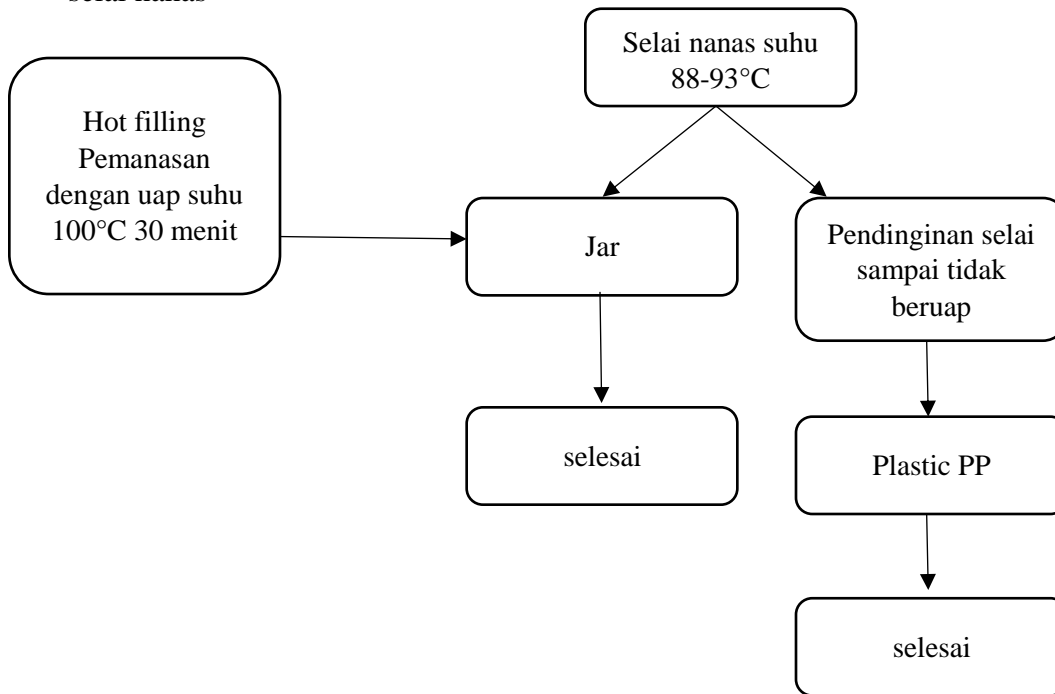


Gambar 3.1 Proses Pembuatan Selai Nanas

Proses pembuatan selai nanas ini dilakukan pencucian, pengupasan untuk mendapatkan kualitas selai nanas yang baik, selanjutnya pemotongan nanas untuk mempermudah saat blending dan mempercepat proses blending. Pemasakan menggunakan suhu 70°C dengan waktu 15 menit menacu (Saribanon et al., 2017) dan telah dilakukan uji pre eksperimen.

3.6.3 Uji Masa Simpan

Selai nanas yang sudah di uji organoleptik dan diketahui produk selai nanas terbaik maka dilakukan uji masa simpan. Packaging atau kemasan yang digunakan untuk selai nanas ini ada dua jenis. Kemasan yang digunakan adalah plastik seal pp dan jar. Berikut metode pengemasan selai nanas



Gambar 3.2 diagram alir pengemasan selai nanas

Setelah selai dikemas maka dilakukan uji masa simpan menggunakan uji jumlah mikroba. Pengujian dilakukan dengan 3 kali ulangan, waktu uji 1 bulan 2 bulan dan 3 bulan. Pengukuran jumlah mikrobial menggunakan metode Angka Lempeng Total. Tangan dan meja disterilkan dengan alkohol 70%. Selai pepaya diambil 1 gram dan ditambah 9 ml pengencer (aquades steril) lalu homogenkan dengan disteorer ± 3 menit (pengenceran 10-1). Diambil 1 ml dari pengenceran 10-1 kemudian dimasukkan ke 9 ml aquades steril dan dihomogenkan selama ± 3 menit (pengenceran 10-2) pengenceran dilakukan hingga pengenceran 10-5. Pengenceran 2 tertinggi (pengenceran 10-4 dan 10-5) dilakukan penanaman mikrobial dengan cara pour plate dengan cara diambil suspensi masing-masing 1 ml masukkan ke cawan petri. Masing-masing cawan petri dituang media Nutrien Agar (NA) suhu 45°C, homogenkan dan tunggu hingga padat. Diinkubasi pada suhu 37°C selama 2x24 jam. Masing-masing cawan diamati pertumbuhan koloni dan dihitung banyaknya koloni yang tumbuh berdasarkan perhitungan Angka Lempeng Total (ALT) (SNI, 2008) dengan rumus :

$$ALT = \frac{\Sigma C}{[(1 \times n_1) + (0,1 \times n_2) \times d]}$$

Dimana:

C = Jumlah koloni tiap cawan petri

n1 = Jumlah petri dari pengenceran pertama yang dihitung

n2 = Jumlah petri dari pengenceran kedua

d = Pengenceran pertama yang dihitung

3.7 Variabel Penelitian Eksperimen

Variabel yang diteliti terdiri dari dua variable yaitu variable independent dan dependent, yaitu:

- Variabel independent yang terdiri dari A = stevia 0.5%, B = stevia 1%, C = stevia 5%, D= Kontrol (0%)
- Variabel dependent yaitu hasil organoleptik dengan tingkat kesukaan panelis (uji efektif) dan hasil uji organoleptik pembeda dari panelis

3.8 Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik analisis deskriptif dengan mengacu pada konsep 4P marketing mix (product, price, place, promotion) menurut Sulaiman dan Lestari (2020). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam usaha meningkatkan penjualan produk olahan *pineapple jam* dengan penggunaan stevia sebagai pemanis alami.

Aspek pengukuran terhadap data yang di analisis dilakukan dengan pembentukan indikator pada setiap pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan skala likert (Likert Scale) dimana setiap pertanyaan mempunyai interval jawaban antara 1 (Sangat Tidak Setuju) dan 5 (Sangat Setuju). Hal ini mesti dilakukan mengingat dalam menganalisis model penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari kuesioner. Secara spesifik teknik pengukuran sebagaimana disajikan dalam penjelasan sebagai berikut :

Tabel 3.5

Tabel Aspek pengukuran indikator penelitian

No	Alternatif Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2

3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian, Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen / bebas dan variabel dependen terikat. Variabel independen / bebas dalam penelitian ini adalah. Variabel independen adalah Strategi Segmenting (X1). Targeting (X2), dan Positioning (X3). Variabel dependen / terikat dalam penelitian ini adalah Meningkatkan penjualan produk (Y).

Pada penelitian eksperiment ini akan melakukan uji organoleptik tingkat kesukaan dengan karakteristik warna, aroma, rasa, tekstur kemudian dilakukan uji organoletik pembeda dengan metode uji duo trio. Metode uji duo trio ini untuk untuk mengetahui adanya perbedaan di dalam suatu kriteria mutu tertentu antara produk uji dan pembanding. Dalam percobaan ini akan diuji konsentrasi stevia yang ditambahkan saat pembuatan selai nanas yang dapat dideteksi secara sensorik.

Uji organoleptic efektif pada selai perlakuan (A,B,C). penilaian sensorik menggunakan metode hedonik (kesukaan) yaitu pengukuran tingkat kesukaan panelis terhadap produk dengan nilai 1–5 digunakan sebagai *scoring test* untuk menggambarkan tingkat kesukaan dengan penjabaran, yaitu nilai 1 = sangat tidak suka, 2 = tidak suka, 3 = biasa saja, 4 = suka, 5 = sangat suka (Asfan, dkk., 2017). Setelah didapatkan resep disukai maka dilanjutkan uji organoleptic pembeda pada 3 sampel 1 sampel produksi dalam negeri, 1 sampel produksi luar negeri, 1 sampel produk peneliti selai nanas dengan stevia, dan dilakukan 2 kali ulangan pada hari berikutnya. Panelis pada uji organoleptic uji beda ini ada 15 panelis yaitu panelis terlatih dari chef hotel pastry.

BAB IV

JADWAL PELAKSANAAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen yang sedang menikmati minuman beralkohol pada snack side kacang disko ikan bilis yang bersalur tepung sagu. Pelaksanaan pengumpulan data uji organoleptik dilakukan mulai bulan November- Januari 2023 yang berlokasi di BIIE Villa.

Berikut tabel jadwal pelaksanaan penelitian

Tabel 4.1 Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Maret			April			Mei			Juni			Juli			Agustus		
Penyusunan proposal																		
Survei pasar																		
Uji organoleptic (hedonic)																		
Uji organoleptic pembeda																		
Input data uji organoleptic dan Analisis data																		
Uji Packaging																		
Input data																		
Analisis data																		
Laporan akhir pelaksanaan penelitian																		
Penyusunan artikel																		

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Handito, D., Cicillia, S. 2021. Pemanfaatan Sari Buah Belimbing Wuluh dan Sari Kulit Buah Naga Dalam Pembuatan Selai. Jurnal Agrotek Ummat.
- Koswara, Sutrisno., Purba, Mauizzati., Sulistyorini, Dyah., Aini, Anita., Latifa, Yanti., Yunita, Nur., Wulandari, Ratna., Devi, Riani., Lustriane, Cita., Aminah, Siti. 2017. Produk Pangan Pangan Untuk Industri Rumah Tangga:Selai Nanas. BPOM.
- Moraes, Élide de Paula., Machado, Nádia Regina Camargo Fernandes. (2001). Clarification of Stevia Rebaudiana (Bert.) Bertoni extract by adsorption in modified zeolites. Maringá. 23(6):1375-1380.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga.2010
- Raini M., Isnawati A. 2011. Kajian: Khasiat Dan Keamanan Stevia Sebagai Pemanis Pengganti Gula. Mesia Litbang Kesehatan. 21(4). 145-156
- Sari, L. F. (2013). Pengaruh orientasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. Management Analysis Journal, 2(1).
- Saribanon, T., Fitriana, I., Sampurno, A., Ftp, M., Pengajar, S., Teknologi, F., Usm, P., Teknologi, J., Pertanian, H., & Pertanian, F. (2017). *SUBSITUSI GULA PASIR DENGAN TEPUNG DAUN STEVIA (Stevia rebaudiana Bert) TERHADAP SIFAT FISIKOKIMIA DAN ORGANOLEPTIK SELAI ALBEDO SEMANGKA (Citrullus vulgaris Schard).*
- Suyanti. (2010). Panduan Mengolah 20 Jenis Buah. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Badan Pusat Statistik Kepulauan Riau. 2022. Statistik Hortikultura Provinsi Kepulauan Riau. BPS Kepulauan Riau.

Rincian Anggaran Biaya Penelitian 2024

Nama Peneliti : 1. Aprilia Nurcahyaning Rahayu, S.Pd. M.Kes
 2. Hetty Yulianti Sihite, S.S., M.Par

Judul : Uji Organoleptic Dan Analisis Potensi Pasar Terhadap
Pineapple Jam Dengan Penggunaan Stevia Sebagai Pemanis Alami
 Ditinjau Dari Aspek Permintaan Pasar di Kab. Bintan

Prodi : Diploma 3 Seni Kuliner
 Diploma 4 Pengelolaan Perhotelan

No	Uraian	Volume	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Transportasi (Sewa Kendaraan dan Bensin)	6	Perjalanan	300.000	1,800.000
2	Enumerator	5	Orang	100.000	500.000
3	Analisis data	2	Penelitian	800.000	1.600.000
4	Pembuatan produk dan uji organoleptic	3	uji	500.000	1.500.000
5	ATK	4	uji	25.000	100.000
6	Biaya printing	4	uji	25.000	100.000
7	Biaya Publikasi	1	artikel	500.000	500.000
8	Paket data penelitian	4	pcs	100.000	400.000
9	Biaya uji Laboratorium dan masa simpan untuk 1 produk	9	tahapan	500,000	4.500,000
Total					11.000.000