



**UJI KESUKAAN KONSUMEN, STRATEGI PEMASARAN
DAN KELAYAKAN USAHA *FRANCHISE*
APEM BAKAR TERMODIFIKASI**

SKRIPSI

Oleh

Kiki Wahyu Agustin

NIM 091710101029

**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2014



**UJI KESUKAAN KONSUMEN, STRATEGI PEMASARAN
DAN KELAYAKAN USAHA *FRANCHISE*
APEM BAKAR TERMODIFIKASI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Teknologi Hasil Pertanian (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Teknologi Pertanian

Oleh

Kiki Wahyu Agustin

NIM 091710101029

**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2014

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya lantunkan kehadiran Allah SWT serta lantunan sholawat salam kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Sumiatidan ayahanda Madiono tercinta. Terima kasih atas semua kasih sayang, perhatian, doa, nasehat, dan motivasi yang telah engkau berikan. Mungkin sampai kapanpun aku tidak bisa membalas itu semua, tetapi aku akan berusaha membahagiakan dan menjadi yang terbaik untuk kalian. Aku bangga menjadi putri dari ibunda dan ayahanda tercinta. Ibu dan Bapak terbaik diseluruh jagad raya ini.
2. Kakakku tercantik Zuni Indah Safitri dan adekku terganteng Muhammad Indra Darma Laksana. Terima kasih telah memberiku kesempatan untuk merasakan bagaimana menjadi seorang adik maupun kakak yang baik bagi kalian. Sukses untuk kita bersama.
3. Rizky Akbar Maulana. Terima kasih atas semua semangat, motivasi, bantuan, pendapat dan kehadiranmu yang selalu membuatku tenang disaat aku sedang *down* dalam mengerjakan skripsi ini. Partner kerja, partner hidup, teman dan sahabat terbaik yang pernah ku miliki.
4. Teman-teman dan sahabatku tercinta Rahmawati 'Titi' yang selalu bertanya bagaimana kemajuan skripsiku, terima kasih atas perhatiannya, Astrine Faramaretri terima kasih atas semangat dan motivasinya serta cerita hidup yang kita bagi bersama, Merry Dwi Ajeng terima kasih atas semangatnya, Ulfatul Hasanah terima kasih atas bantuan dan kasih sayangnya. Sari Nugraheni terima kasih atas atribut sidangnya, Istiadah terima kasih selalu berbagi cerita hidup bersama. Terima kasih atas kepercayaan kalian, kalian teman dan sahabat terbaik yang pernah ku miliki.
5. Kakak-kakak angkatanku yang selalu menjadi inspirasi hidupku, mbak Zulfa Anis Agustin, mbak Nizza, mas Ari, Mas Erfan Suliyanto, mas Ilham, terima kasih atas cerita yang kita bagi bersama, terima kasih atas kasih sayang kalian.

6. Guru TK sampai PT yang terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kebijaksanaan.
7. Teman-teman THP 2009. Terima kasih atas semuanya. Aku kehabisan kata-kata untuk mengungkapkan semua kenangan indah yang kita lakukan bersama. Semoga kalian semua mendapat kesuksesan dan dapat menggapai apa yang kalian inginkan.
8. Mas-mas dan mbak-mbak teknisi laboratorium FTP. Terima kasih atas bimbingannya selama ini.
9. Almamater Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember. Terima kasih karena aku telah diberi kesempatan untuk menjadi salah satu bagianmu.

MOTTO

Manjadda Wajada

Barangsiapa Bersungguh-sungguh Pasti Akan Menuai Hasilnya

Illahi anta maqshudi waridhaka mathlubi

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya
(Al-Baqarah: 286)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"

(Terjemahan Al Insyirah: 5-6)

Sandarkanlah urusanmu pada Dia yang Maha Hidup yang tidak akan pernah mati

(Terjemahan Al Furqan: 58)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Kiki Wahyu Agustin

NIM : 091710101029

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: *Uji Kesukaan Konsumen, Strategi Pemasaran Dan Kelayakan Usaha Franchise Apem Bakar Termodifikasi* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 30 Januari 2014
Yang Menyatakan,



Kiki Wahyu Agustin
NIM 091710101029

SKRIPSI

UJI KESUKAAN KONSUMEN, STRATEGI PEMASARAN DAN KELAYAKAN USAHA *FRANCHISE* APEM BAKAR TERMODIFIKASI

Oleh

Kiki Wahyu Agustin
NIM 091710101029

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Yuli Witono, S.TP., M.P.
Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Bambang Herry P., S.TP., M.Si.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Uji Kesukaan Konsumen, Strategi Pemasaran Dan Kelayakan Usaha Franchise Apem Bakar Termodifikasi* telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember pada :

hari : Kamis

tanggal : 30 Januari 2014

tempat : Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember.

Tim Penguji
Ketua,



Dr. Ir. Herlina, M.P
NIP 196605181993022001

Anggota I,



Dr. Nita Kuswardhani, S.TP., M.Eng
NIP 197107311997022001

Anggota II,



Ir. Djumarti
NIP 194904101980032002

Mengesahkan
Dekan,



Dr. Yuli Witono, S.TP., M.P.
NIP 196912121998021001

RINGKASAN

Uji Kesukaan Konsumen, Strategi Pemasaran Dan Kelayakan Usaha Franchise Apem Bakar Termodifikasi; Kiki Wahyu Agustin, 091710101029; 2014; 104 halaman; Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember.

Di era, persaingan pekerjaan yang ketat dan tinggi membawa pengaruh besar terhadap dunia salah satunya Indonesia. Angka pengangguran yang meski diklaim menurun tiap tahunnya, masih tetap berada di angka yang tinggi. Angka kemiskinan di Indonesia sekitar 11,96 % per Maret 2012 (Tempo.co, 2012), sedangkan angka penganggurannya masih sekitar 6,32 % atau setara dengan 7,61 juta orang per Februari 2012 (Hida, 2012). Permasalahan ini pada dasarnya dapat diatasi dengan membuat terobosan baru dalam pengembangan lapangan pekerjaan misalnya dengan mendirikan usaha. Menurut Robbin dan Coulter (2008), kewirausahaan telah disebut-sebut sebagai salah satu solusi untuk mengatasi kemiskinan dan pengangguran. Kewirausahaan ditandai dengan berdirinya sebuah bisnis atau usaha. Usaha ini, tidak akan surut apabila dapat dikelola dengan baik. Salah satu usaha yang mudah dikelola, dapat dikontrol dan mudah dalam pengembangannya adalah bisnis bidang pangan.

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar terbesar bagi manusia Dewasa ini, dasar pemilihan bahan pangan bukan hanya untuk mendapatkan kenyang saja, tetapi juga memiliki fungsionalitas pada tubuh. Pengolahan, pengemasan dan penyajian kini menjadi pertimbangan dasar konsumen dalam memilih makanan. Namun, pangan dengan tuntutan seperti ini dapat menggantikan makanan tradisional Indonesia yang masih jauh dari tuntutan konsumen dengan pangan modern. Padahal, makanan tradisional termasuk budaya bangsa yang harus dijaga. Untuk itu, perlu adanya modifikasi pangan pada produk tradisional Indonesia agar dapat sejajar dengan produk pangan modern yang sesuai dengan tuntutan konsumen. Pangan tradisional Indonesia yang mudah dimodifikasi baik bahan baku dan cara pengolahannya adalah kue apem. Selama ini, jajanan apem yang dipasarkan hanya memiliki satu rasa, yaitu manis tanpa adanya penambahan rasa lain atau

topping. Begitupun dengan penggunaan pengemasnya, yang masih sekedar menggunakan plastik, mika atau daun. Padahal jajanan tradisional ini dapat dimodifikasi dengan penambahan rasa dan *topping* seperti *Banana Split*, *Freshy Fruity* dan *Sweet Corn n' Chicken Fillet*. Kemasan yang menarik juga dapat digunakan untuk mengemas jajanan tradisional ini, sehingga citranya sebagai jajanan yang ketinggalan jaman dapat berubah menjadi jajanan tradisional modern yang dapat mengikuti trend perkembangan jaman. Aspek berikutnya yang harus diperhatikan adalah aspek finansial. Layak atau tidaknya suatu usaha dijalankan dilihat dari penilaian finansial melalui nilai kriteria investasi yang diperoleh. Aspek pemasaran merupakan aspek terpenting selanjutnya yang menjadi fokus pengembangan bisnis. Tepat tidaknya suatu strategi pemasaran yang digunakan akan mempengaruhi efektivitas, efisiensi, dan produktivitas usaha. Strategi pemasaran *franchise* atau waralaba merupakan cara pemasaran modern dalam bentuk kerja sama antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan investor waralaba (*franchisee*). Di Indonesia, pemasaran seperti ini banyak digunakan terutama pada produk pangan modern seperti *Kebab Turki Baba Rafi*, dll. Dengan mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap produk apem bakar modifikasi, analisa kelayakan usaha dengan kriteria investasi dan diterapkannya strategi pemasaran *franchise*, diharapkan produk baru ini dapat lebih dikenal dan digemari masyarakat, layak dijalankan, lebih mendatangkan profit, jangkauan pemasarannya lebih luas dan daya jual produk menjadi lebih tinggi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan produk berdasarkan tingkat kesukaan konsumen, mengetahui kelayakan usaha apem bakar modifikasi, menganalisis dan merancang strategi pemasaran *franchise* yang sesuai bagi pemasaran produk baru apem bakar modifikasi dan merancang pengembangan bisnisnya. Penelitian ini dilakukan melalui metode observasi, wawancara, serta penyebaran kuisioner secara langsung. Metode analisis data yang digunakan adalah metode skoring, perhitungan kriteria investasi (NPV, B/C ratio, dan PBP), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode deskriptif. Data hasil pengamatan ditampilkan dalam bentuk tabel, dan diagram batang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan dari evaluasi mutu produk berdasar tingkat kesukaan konsumen ialah 4.76 dengan kriteria Suka (S) yang masuk dalam rentang skala 4.34-5.16 yang artinya konsumen menerima produk apem bakar modifikasi ini dengan tiga varian rasa, yaitu: 1). *Banana Split*; 2). *Freshy Fruity*; dan 3). *Sweet Crorn n' Chicken Fillet*. Dengan nilai positif pada nilai NPV *franchisor* sebesar Rp 107.571.249,7 dan NPV *franchisee* Rp 84.086.438,-, B/C ratio diatas 1 dan PBP dengan waktu 5 bulan untuk *franchisor* dan 7 bulan untuk *franchisee*, hal ini menunjukkan bahwa nilai arus kas masuk lebih besar daripada nilai kas keluar, sehingga usaha apem bakar Buto Irengini layak untuk dilanjutkan. Perancangan strategi *franchise* produk apem bakar modifikasi ini difokuskan pada perluasan pangsa pasar dan peningkatan promosi produk yang selanjutnya diimplementasi dengan merancang sebuah *booth* atau *outlet* sebagai medianya. Pengembangan bisnis apem bakar modifikasi menggunakan strategi *franchise*, selanjutnya apem bakar modifikasi diberi nama dagang Buto Ireng sesuai dengan teori Mancuso dan Boroian (2006), yaitu adanya *franchise fee*, *franchise offering circular*, *advertising fee*, *approved supplier*, *area franchise*, *development agreement*.

SUMMARY

Consumer Preference Test, Marketing Strategy And Feasibility Analysis Of Franchise Marketing System Of Modified Toast Pancake; Kiki Wahyu Agustin, 091710101029; 2014; 104 pages; Department of Technology Agricultural Product Faculty of Agriculture Technology, University of Jember.

In this era, tight and high competition work brings great influence on the world, one of them is Indonesia. Claimed that although the unemployment rate to decline each year, but still remain at a high rate. The poverty rate in Indonesia is approximately 11.96 % in March 2012 (Tempo.co, 2012), while the unemployment rate is around 6.32 %, equivalent to 7.61 million people in February 2012 (Hida, 2012). This problem can be solved essentially by creating a new breakthrough in the development of employment, for example by setting up a business. According to Robbins and Coulter (2008), entrepreneurship has been touted as one solution to solve poverty and unemployment. Entrepreneurship is characterized by establishment of a business or enterprise. This effort will not recede if properly managed. One attempt was easily managed, and can be controlled easily in its development is the food sector business.

Food is one of the most basic needs for humans Today, the selection of basic food stuffs is not only to get the full course , but also has the functionality of the body. Processing, packaging and presentation has become a basic consideration in consumers choosing food. However, with the demands of this kind of food can replace traditional Indonesian food that is still far from the demands of modern consumers. In fact, traditional food including national culture that must be maintained. For that, there needs to be modifications of traditional Indonesian food products in order to align with modern food products in accordance with consumer demands. Indonesian traditional food which is easy to modify both the raw materials and means of processing are apem cake. During this time, snacks marketed apem has only one flavor, which is sweet without the addition of other flavors or toppings. Likewise with the use of packaging, which is still use plastic, mica or leaves. Whereas traditional snacks can be modified by

the addition of flavors and toppings such as Banana Split, Freshy Fruity and Sweet Corn n ' Chicken Fillet. Attractive packaging can also be used to package these traditional snacks, so that its image as an outdated snacks that can be transformed into a modern traditional snacks to follow the trend of the development of the next era. Next aspect that must be considered is financial aspect. Whether or not a business is run views of financial appraisal value through investment criteria obtained. The marketing aspect is the most important aspect is the focus of further business development. The advisability of a marketing strategy that is used will affect the effectiveness, efficiency, and productivity of the business . Marketing strategy franchise or franchising is the way of modern marketing in the form of co-operation between the franchisor and franchise investors (franchisees). In Indonesia, this kind of marketing is widely used, especially in the modern food products such as Kebab Turki Baba Rafi, etc. By knowing the level of consumer preferences towards product toasty apem modification, feasible analysis business with investment criteria and marketing strategy franchise applied, this new product is expected to be better known and popular in public, feasible to run, bring more profit, a wider range of marketing and have higher selling power.

The purpose of this research was to determine level of acceptance of products based on consumer preferences, determine the feasible business of toasty apem modification, analyzing and designing the appropriate franchise marketing strategy for new product marketing toasty apem modification and designing the development of its business. This research was conducted through observation, interviews, and questionnaires directly. Data analysis method used is the scoring method, the calculation of the investment criteria (NPV, B/C ratio, and PBP), Importance Performance Analysis method (IPA) and descriptive methods. The data were presented in tabular form, and bar charts.

The results showed that the average value of the overall evaluation of product quality based on consumer preference level is 4,76 with criteria like are included in the range of 4,34 to 5,16 scale, which means consumers receive these products toasty apem modification with three flavors, namely : 1). Banana Split;

2). *Freshy Fruity*, and 3). *Sweet Corn n' Chicken Fillet*. With a positive value in franchisor NPV Rp 107.571.249,7 and franchisee NPV Rp 84.086.438,-, B/C ratio above 1 and PBP with 5 months to 7 months for the franchisor and franchisee, it indicates that the current value (inflows) is greater than the cash value (outflows), so business of *toasty apem modification* feasible to run. The design strategy of *toasty apem modification* product franchise is focused on expanding market share and increased promotion of products which further implemented by designing a booth or outlet as media marketing. Business development strategies *toasty apem modification* using the franchise, further *toasty apem modification* trade named *Buto Ireng* accordance with theory Mancuso and Boroian (2006), namely the existence of the franchise fee, franchise offering circular, advertising fees, approved suppliers, franchise areas, and development agreement.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: *Uji Kesukaan Konsumen, Strategi Pemasaran Dan Kelayakan Usaha Franchise Apem Bakar Termodifikasi*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kendala-kendala yang ada, namun berkat dukungan dan arahan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Yuli Witono, S.TP., M.P. selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember, Dosen Wali Sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi kemajuan penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi ini;
2. Ir. Giyarto M.Sc., selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember;
3. Dr. Bambang Herry Purnomo, S.TP., M.Si., selaku Ketua Komisi Bimbingan Karya Ilmiah Tertulis sekaligus Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam membimbing dan mengarahkan penelitian dan penulisan skripsi;
4. Dr. Ir. Herlina, M.P., Dr. Nita Kuswardhani, S.TP., M.Eng., Ir. Djumarti atas saran dan evaluasi demi perbaikan penulisan skripsi;
5. Seluruh karyawan dan teknisi Laboratorium Mikrobiologi Pangan dan Hasil Pertanian dan teknisi Laboratorium Biokimia Pangan dan Hasil Pertanian di Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember;
6. Ibunda dan Ayahanda tercinta, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa dan dorongan demi terselesaikannya skripsi ini;

7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Jember, Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	xi
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Jajanan Tradisional	5
2.2 Kue Apem	6
2.2.1 Bahan Pembuatan Kue Apem	8
2.2.2 Proses Pembuatan Kue Apem.....	11
2.2.3 Perubahan Yang Terjadi Pada Pembuatan Kue Apem.....	12
2.3 Pemasaran	14

2.3.1	Konsep Strategi Pemasaran.....	17
2.3.2	Konsep Bauran Pemasaran.....	18
2.4	Franchise	23
2.5	Penelitian Terdahulu	25
BAB 3.	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.2	Alat dan Bahan	27
3.3	Tahapan Penelitian	27
3.3.1	Proses Pembuatan Kue Apem Bakar Modifikasi.....	27
3.3.2	Evaluasi Mutu produk Baru Berdasarkan Tingkat Kesukaan Konsumen	28
3.3.3	Analisis Kelayakan Usaha Apem Bakar Modifikasi	30
3.3.4	Pengembangan Strategi Pemasaran <i>Franchise</i> Apem Bakar Modifikasi	30
3.3.5	Pengembangan Bisnis <i>Franchise</i>	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.6	Metode Analisis Data	36
3.7	Diagram Alir Penelitian	42
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Karakteristik Responden	44
4.2	Identifikasi Mutu Produk Apem Bakar Modifikasi	46
4.3	Evaluasi Mutu Produk Apem Bakar Modifikasi Berdasarkan Tingkat Kesukaan Konsumen	47
4.3.1	Atribut Aroma	48
4.3.2	Atribut Rasa	49
4.3.3	Atribut Warna, Bentuk, dan Tekstur.....	51
4.3.4	Atribut Kekenyalan dan Kerenyahan.....	53
4.4	Analisa Kelayakan Usaha Apem Bakar Modifikasi	55
4.4.1	Analisa Kelayakan Usaha Perspektif <i>Franchisor</i>	55
4.4.2	Analisa Kelayakan Usaha Perspektif <i>Franchisee</i>	57

4.5 Pengembangan Strategi Pemasaran <i>Franchise</i> Apem Bakar	
Modifikasi	58
4.6 Pengembangan Bisnis <i>Franchise</i>	66
BAB 5. PENUTUP.....	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Komposisi Rata-rata Kandungan Gizi Kue Apem	7
2.2 Komposisi Kimia Tepung Beras (per 100 gram bahan)	9
3.1 Kriteria Kepuasan Pelanggan.....	32
4.1 Karakteristik Responden	44
4.2 Nilai Skoring Atribut Aroma	49
4.3 Nilai Skoring Atribut Rasa.....	50
4.4 Nilai Skoring Atribut Warna, Bentuk dan Tekstur	52
4.5 Nilai Skoring Atribut Kekenyalan dan Kerenyahan	53
4.6 Asumsi Kapasitas Produksi Apem Bakar Modifikasi.....	55
4.7 Asumsi Penjualan Apem Bakar Modifikasi “Buto Ireng” per Bulan	56
4.8 Nilai Kriteria Investasi Apem Bakar-Buto Ireng	56
4.9 Nilai Kriteria Investasi Apem Bakar-Buto Ireng	57
4.10 Keuntungan Strategi Franchise	59
4.11 Kriteria Kepuasan Pelanggan.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Apem Cukit-Betawi, Apem Selong-Jawa Timur, Apem Ternate-Ternate.....	8
2.2 Apem Panggang-Jawa Barat, Apem Kesesi-Pemalang, Apem Lopes-Madura.....	8
2.3 Apem Kukus, Apem Dumbo.....	8
3.1 Diagram Alir Pembuatan Kue Apem Bakar Modifikasi.....	28
3.2 Diagram Alir Evaluasi Mutu Produk Apem Bakar Modifikasi.....	30
3.3 Diagram Alir Pengembangan Strategi Franchise.....	34
3.4 Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	38
4.1 Penggolongan Aspek Mutu Intrinsik dan Ekstrinsik.....	47
4.2 Diagram Batang Penilaian Atribut Aroma.....	48
4.3 Diagram Batang Penilaian Atribut Rasa.....	50
4.4 Diagram Batang Penilaian Atribut Warna, Bentuk, dan Tekstur.....	52
4.5 Diagram Batang Penilaian Atribut Kekenyalan dan Kerenyahan.....	53
4.6 Diagram Kepentingan-Kepuasan (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	59
4.7 Buto Ireng.....	65
4.8 Rancangan <i>Booth</i> Buto Ireng.....	66
4.9 Rancangan Skema Pembayaran Royalty Fee Buto Ireng.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Data Evaluasi Mutu Produk Apem Bakar Berdasar Tingkat Kesukaan Konsumen	79
2. Data rata-rata kepentingan dan kepuasan pelanggan kebab turki baba rafi dan batavia terang bulan mini dan pukis (metode IPA).....	82
3. Data asumsi investment cost, biaya variabel dan biaya tetap	84
4. <i>Development agreement</i>	87
5. Perhitungan analisa usaha	90
6. Hasil wawancara	92
7. Kuesioner evaluasi mutu produk apem bakar berdasar tingkat kesukaan konsumen	96
8. Kuesioner penilaian kepuasan pelanggan	99