

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ...	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENERIMAAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Pengembangan	4
1.4 Spesifikasi Produk yang Diharapkan	5
1.5 Pentingnya Pengembangan	6
1.6 Asumsi dan Keterbatasan Pengembangan	6

1.7	Definisi Istilah	8
1.8	Sistematika Penulisan	10
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	12
2.1	Tinjauan Cangkang Telur Ayam	12
2.1.1	Manfaat Cangkang Telur Ayam	12
2.1.2	Kandungan Gizi Cangkang Telur Ayam	13
2.2	Tinjauan Tepung Terigu	13
2.2.1	Manfaat Tepung Terigu	13
2.2.2	Kandungan Gizi Tepung Terigu	14
2.3	Tinjauan Garam	14
2.3.1	Manfaat Garam	14
2.3.2	Kandungan Gizi Garam	15
2.4	Tinjauan Bubuk Lada Hitam	15
2.4.1	Manfaat Bubuk Lada Hitam	15
2.4.2	Kandungan Gizi Bubuk Lada Hitam	16
2.5	Tinjauan Bubuk Bawang Putih	16
2.5.1	Manfaat Bubuk Bawang Putih	16
2.5.2	Kandungan Gizi Bubuk Bawang Putih	17
2.6	Tinjauan Kalsium	17
2.6.1	Manfaat Kalsium	17
2.7	Teori Bauran Pemasaran	18
2.8	Tinjauan Kreasi Tepung Bumbu Secara Umum	21
2.8.1	Jenis-Jenis Tepung Bumbu Secara Umum ...	21

	2.8.2	Proses Pembuatan Tepung Bumbu Secara Umum	22
	2.8.3	Syarat Mutu Tepung Bumbu Secara Umum	24
BAB III		METODE PENGEMBANGAN	25
	3.1	Model Pengembangan	25
	3.2	Prosedur Pengembangan	27
	3.2.1	Bahan dan Peralatan Penelitian	27
	3.2.2	Waktu dan Tempat Penelitian	29
	3.2.3	Proses Pembuatan	30
	3.3	Uji Coba Produk	34
	3.3.1	Desain Uji Coba	34
	3.3.2	Subyek Uji Coba	36
	3.3.3	Jenis Data	36
	3.3.4	Pengumpulan Data	37
	3.3.5	Analisis Data	38
BAB IV		HASIL PENGEMBANGAN	43
	4.1	Penyajian Data Uji Coba	43
	4.2	Analisis Data	44
	4.2.1	Analisis Hasil Penelitian	44
	4.2.2	Analisis Hasil Uji Organoleptik	51
	4.2.3	Analisis Data Hasil Uji Laboratorium	57
	4.3	Aspek Bisnis	60
	4.3.1	Analisis Biaya yang Dihasilkan	60

	4.3.2	Kemasan	61
	4.3.3	Penerimaan Panelis Terhadap Hasil Pengembangan	62
	4.3.4	Strategi Pemasaran	63
BAB V	PENUTUP	66
	5.1	Kajian Produk	66
	5.2	Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		75

