

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian**

Obyek dari penelitian ini adalah Pavita *cake*. Sedangkan lokasi dari penelitian ini berlokasi di Trengguli 2/26a Semarang. Adapun alasan pemilihan obyek dan lokasi tersebut karena Pavita Cake merupakan usaha *cake* yang sedang perlu melakukan sebuah inovasi produk untuk dapat menambah produk baru sehingga dapat menjadi sebuah usaha yang kompetitif / tidak kalah dalam bersaing.

#### **3.2 Populasi , Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diteliti. (Sekaran,Uma 2006 : 121). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi *sponge cake* di Pavita Cake dan berada di Kota Semarang.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi dan terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran,Uma 2006: 123). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi *sponge cake* di Pavita Cake sebanyak dua kali dalam periode dua bulan terakhir dan berada di Kota Semarang. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 30 orang karena ukuran sampel tersebut sudah layak dan tepat dalam kebanyakan penelitian (Roscoe,1975 dalam Sekaran,2006:160).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel bertujuan yang terbatas dan dapat memberikan informasi yang diinginkan atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, Uma 2006:136).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena memiliki tujuan khusus dan pertimbangan untuk mengetahui tanggapan/saran mengenai inovasi produk *sponge cake* sehingga syarat dari sampel ini adalah konsumen yang pernah memesan dan mengonsumsi *sponge cake* di Pavita Cake sebanyak dua kali dalam periode dua bulan terakhir dan berada di Kota Semarang.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu sebuah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi. (Sekaran,2006). Data primer pada penelitian ini berupa :

- a. Data mengenai varian bentuk baru pada produk inovasi *sponge cake*
- b. Data mengenai varian rasa baru pada produk inovasi *sponge cake*
- c. Data mengenai varian topping baru pada produk inovasi *sponge cake*
- d. Data mengenai peluang internal (data mengenai ketersediaan bahan baku, data keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan

- untuk membuat produk inovasi *sponge cake*, serta data kemampuan teknik)
- e. Data mengenai peluang eksternal (data mengenai peluang pasar untuk ide produk inovasi *sponge cake* dan data mengenai ketertarikan responden terhadap ide produk inovasi *sponge cake*)
  - f. Data mengenai uji *prototype* produk inovasi *sponge cake*.

Sedangkan sumber datanya berasal dari 30 konsumen yang pernah memesan dan mengonsumsi *sponge cake* di Pavita Cake sebanyak dua kali dalam periode dua bulan terakhir dan berada di Kota Semarang.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan :

- a. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah disediakan dan akan dijawab oleh responden dan merupakan sebuah pengumpulan data yang efisien (Sekaran,2016). Kuesioner dibagikan kepada 30 konsumen yang pernah memesan dan mengonsumsi *sponge cake* di Pavita Cake sebanyak dua kali dalam periode dua bulan terakhir dan berada di Kota Semarang sehingga dapat mendapat informasi mengenai proses inovasi bentuk,rasa,dan topping produk *sponge cake*. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan :

- i. Data mengenai bentuk,rasa, dan topping untuk produk inovasi *sponge cake* yang di inginkan responden

- ii. Data mengenai peluang pasar terhadap ide produk inovasi *sponge cake*.
- iii. Data mengenai ketertarikan responden terhadap ide produk inovasi *sponge cake*.
- iv. Data mengenai uji *prototype* produk inovasi *sponge cake*

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data tanpa mengajukan pertanyaan kepada responden, hanya melakukan pengamatan lingkungan; situasi; aktivitas yang pada nantinya bisa dicatat/direkam (Sekaran Uma, 2006 : 102) . Pada penelitian ini observasi akan dilakukan di toko bahan kue dan pasar, dengan tujuan untuk mengetahui ketersediaan bahan baku dan keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membuat produk inovasi *sponge cake*. Selain itu, juga melakukan observasi di Pavita Cake untuk mengetahui kemampuan teknik dalam mengolah bahan yang akan digunakan untuk pembuatan produk inovasi *sponge cake*.

### 3.3.3 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang digunakan untuk mengetahui permasalahan yang dialami subyek penelitian, yang kemudian dianalisa dan di deskripsi menggunakan kata-kata bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012: 6 dalam Saputri et al.,2015).

Analisis data deskriptif kualitatif ini digunakan untuk mengetahui proses inovasi bentuk, rasa, dan topping *sponge cake* pada Pavita Cake Semarang. Langkah-langkah dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis data mengenai proses inovasi yang meliputi tahap :

*a. Idea Generation*

i. Memaparkan data hasil jawaban responden dari kuesioner *idea generation* mengenai ide bentuk, rasa, dan topping untuk produk inovasi *sponge cake*.

ii. Mencatat ide bentuk, rasa, dan topping produk inovasi *sponge cake* dengan membuat distribusi frekuensi yaitu mengelompokkan masing-masing data tersebut ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan persentase yang sesuai untuk menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori.

iii. Pemberian peringkat berdasarkan ide yang memiliki frekuensi tertinggi sampai terendah.

iv. Memilih ide yang memiliki dua peringkat tertinggi untuk dianalisa di tahap selanjutnya.

*b. Opportunity Recognition*

i. Mengidentifikasi kapabilitas eksternal produk inovasi *sponge cake* dengan langkah sebagai berikut :

1. Memaparkan data hasil jawaban responden dari kuesioner *opportunity recognition* mengenai peluang pasar dan ketertarikan pasar terhadap produk inovasi *sponge cake*.

2. Mencatat hasil jawaban responden tersebut dengan distribusi frekuensi yaitu mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan persentase yang sesuai untuk menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori.

ii. Mengidentifikasi kapabilitas internal produk inovasi *sponge cake* dengan membuat tabel rekapitulasi hasil observasi ketersediaan bahan baku dan kemampuan teknik yang dimiliki dari masing-masing ide.

iii. Setelah mengidentifikasi kapabilitas internal dan eksternal, maka akan menghasilkan output berupa kriteria ide.

#### *c. Idea Evaluation*

i. Memaparkan ide-ide yang telah didapatkan dari tahap *idea generation* dan kriteria-kriteria yang telah didapatkan dari tahap *opportunity recognition* dengan membuat tabel.

ii. Menyelaraskan antara ide dengan kriteria eksternal dan internal

iii. Ide yang sesuai dengan kriteria eksternal dan internal akan lolos ke tahap selanjutnya

#### *d. Development*

i. Desain awal

Pembuatan desain awal produk inovasi *sponge cake*

ii. *Prototype*

Pembuatan *prototype* produk inovasi *sponge cake*

iii. Uji *prototype* produk

1. Membagikan kuesioner beserta hasil *prototype* kepada responden
2. Mencatat hasil jawaban responden tersebut dengan distribusi frekuensi yaitu mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan persentase yang sesuai untuk menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori.

iv. *Redesign*

Perbaiki produk jika terdapat kekurangan pada produk. Setelah diberikan perbaikan, maka dimulai pembuatan produk nyata.

v. Menciptakan produk akhir

Produk yang telah diperbaiki sesuai dengan keinginan atau saran dari konsumen, dan sesuai dengan hasil pengujian.

c. *Commercialization*

- i. Memaparkan data hasil jawaban responden dari kuesioner *commercialization* mengenai ide media pemasaran untuk produk akhir.
- ii. Mencatat ide-ide yang muncul dengan membuat distribusi frekuensi yaitu dengan mengelompokkan masing-masing data tersebut ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan persentase yang sesuai untuk menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori.

- iii. Ide yang memiliki frekuensi tertinggi akan dipilih untuk mengkomersialisasikan produk akhir.

