

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini memiliki obyek yaitu Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang. Sedangkan lokasi dari penelitian ini berada di jalan DI Panjaitan 76 A Semarang. Adapun alasan pemilihan obyek dan lokasi tersebut karena Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang merupakan usaha dalam bidang kuliner yang harus melakukan sebuah terobosan inovasi produk untuk dapat menambah produk baru sehingga dapat menjadi suatu usaha yang bisa kompetitif atau tidak kalah dalam bersaing dengan kompetitor.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2011:80) dalam Sulistiyono (2013) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi bubur ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang dan berada di Kota Semarang, berdasarkan perkiraan pengelola rumah makan dengan memperhatikan jumlah konsumen. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dibutuhkan 10% dari jumlah pelanggan rumah makan sebagai responden penelitian. Menurut Sekaran Uma (2006: 123) dalam Thesis Kristianto (2017), sampel adalah sebagian dari populasi dan terdiri atas sejumlah peserta yang dipilih dari populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi bubur ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sebanyak dua kali dalam periode bulan September dan Oktober 2019 dan berada di Kota Semarang. Jumlah sampel yang sudah ditetapkan di dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dikarenakan ukuran sampel tersebut telah layak dan tepat dalam kebanyakan penelitian (Sekaran, 2006:160 dalam Kristianto, 2017). Responden sebanyak 30 orang didapatkan dari rata-rata pelanggan per hari adalah 50 orang, jika dikalikan dengan

jam buka yaitu dengan 6 hari adalah 300 pelanggan per minggu. Maka untuk memenuhi sampel dibutuhkan 10% responden dari 300 pelanggan tersebut yaitu 30 orang. Responden pada metode *purposive sampling* ini yaitu pelanggan loyal (seminggu datang 3 kali) yang ditemui di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang dengan rentang usia antara 17-70 tahun.

Menurut Sekaran Uma (2006:136) dalam Kristianto (2017), dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara teknik *purposive sampling*, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel bertujuan yang terbatas dan dapat menghasilkan sejumlah informasi yang diinginkan atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan mempunyai tujuan khusus dan pertimbangan untuk mengetahui tanggapan atau saran mengenai inovasi produk bubur ayam sehingga syarat dari sampel ini adalah pelanggan royal (seminggu datang 3 kali) yang ditemui di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang dengan rentang usia antara 17-70 tahun.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Menurut Sekaran (2006) dalam Kristiano (2017), jenis data akan menggunakan data primer, yaitu suatu data yang mengacu pada informasi yang didapat yang berasal dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi untuk mewakili 30 orang.

Data primer pada penelitian ini berupa :

- a. Data mengenai pendapat konsumen terhadap varian rasa baru pada produk inovasi Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sejumlah 30 orang.
- b. Data mengenai peluang internal (data mengenai ketersediaan bahan baku, data keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membuat produk inovasi bubur ayam, serta data kemampuan teknik).
- c. Data mengenai peluang eksternal (data mengenai peluang pasar untuk ide produk inovasi bubur ayam dan data mengenai ketertarikan responden terhadap ide produk inovasi bubur ayam).

- d. Data mengenai uji *prototype* produk inovasi bubur ayam. Sedangkan sumber datanya berasal dari 30 konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi bubur ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sebanyak dua kali dalam periode bulan September dan Oktober 2019 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. Kuesioner dibagikan kepada 30 pelanggan loyal (seminggu datang 3 kali) yang ditemui di Rumah Makan Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang dengan rentang usia antara 17-70 tahun, karena rata-rata konsumen yang sering datang ke Rumah Makan Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang ada pada rentang usia tersebut.

- b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data tanpa mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden, dan hanya melakukan kegiatan pengamatan lingkungan; situasi; aktivitas yang pada nantinya bisa dicatat atau direkam (Sekaran Uma, 2006 : 102 dalam Kristianto, 2017). Pada penelitian ini observasi akan dilakukan di supermarket dan pasar tradisional, dengan tujuan untuk mengetahui ketersediaan bahan baku dan keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membuat produk inovasi bubur ayam. Selain itu, juga melakukan observasi di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang untuk mengetahui kemampuan teknik dalam mengolah bahan yang akan digunakan untuk pembuatan produk inovasi bubur ayam. Observasi variasi rasa baru Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang pada konsumen juga perlu dilakukan untuk mengetahui inovasi tersebut dapat diterima atau tidak.

3.3.3. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2012:6) dalam Saputri *et al.* (2015) penelitian ini menggunakan analisis data yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang digunakan untuk mengetahui permasalahan yang tengah 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. Analisis data deskriptif kualitatif ini digunakan untuk mengetahui proses inovasi rasa, bubur ayam pada Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang.

Berikut langkah-langkah untuk dapat melakukan analisis data adalah :

1. Menganalisis data mengenai tentang proses inovasi dengan meliputi tahap :

a. *Idea Generation*

- i. Memaparkan data seluruh hasil jawaban responden yang berasal dari kuesioner *idea generation* mengenai ide rasa untuk produk inovasi bubur ayam.
- ii. Mencatat ide rasa produk inovasi bubur ayam dengan cara melakukan distribusi frekuensi yaitu dengan mengelompokkan masing-masing data tersebut ke dalam kategori - kategori dengan disertai juga frekuensi dan persentase yang tepat untuk menunjukkan banyaknya jumlah data dalam setiap kategori.
- iii. Pemberian beberapa peringkat yang berlandaskan pada ide yang mempunyai frekuensi tertinggi sampai dengan yang terendah.
- iv. Memilih ide yang mempunyai dua peringkat tertinggi agar bisa dianalisa pada tahap selanjutnya.

b. *Opportunity Recognition*

- i. Mengidentifikasi kapabilitas eksternal dalam produk inovasi bubur ayam dengan langkah yang bisa diambil sebagai berikut :
 1. Memaparkan data yang merupakan hasil jawaban responden dari kuesioner *opportunity recognition* mengenai tentang peluang pasar dan ketertarikan pasar terhadap produk inovasi bubur ayam.

2. Mencatat hasil jawaban responden tersebut dengan cara melakukan distribusi frekuensi yaitu mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan persentase yang tepat agar bisa menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori.
 - ii. Mengidentifikasi kapabilitas internal produk inovasi bubur ayam dengan cara membuat tabel rekapitulasi hasil dari observasi ketersediaan bahan baku serta kemampuan teknik yang dimiliki dari masing-masing ide.
 - iii. Setelah mengidentifikasi kapabilitas internal dan eksternal, maka setelah itu akan menghasilkan output sebuah kriteria ide.
- c. *Idea Evaluation*
- i. Menjelaskan ide-ide yang telah didapatkan dari tahap *idea generation* dan kriteria-kriteria yang telah didapatkan dari tahap *opportunity recognition* dengan cara membuat tabel.
 - ii. Menyelaraskan keduanya yaitu antara ide dengan kriteria eksternal dan internal.
 - iii. Ide yang tepat dengan kedua kriteria yaitu kriteria eksternal dan internal akan dapat lolos ke tahap selanjutnya.
- d. *Development*
- i. *Desain Awal*
Pengerjaan desain awal produk inovasi pada bubur ayam.
 - ii. *Prototype*
Pembuatan *prototype* produk inovasi pada bubur ayam.
 - iii. Uji *Prototype* Produk
 1. Membagikan kuesioner beserta hasil *prototype* kepada para responden.
 2. Mencatat hasil jawaban responden dengan cara melakukan distribusi frekuensi yaitu dengan mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori dan disertai frekuensi dan persentase yang selaras untuk menunjukkan seberapa banyaknya data dalam setiap kategori.

iv. *Redesign*

Perbaikan produk jika didapatinya suatu kekurangan pada produk. Jika telah diberikan perbaikan, maka dimulailah pembuatan produk yang nyata.

v. Menciptakan Produk Akhir

Produk yang sudah diperbaiki sesuai dengan apa yang meenjadi keinginan atau saran yang diberikan dari konsumen, dan sesuai dengan hasil pengujian yang telah diujikan.

e. *Commercialization*

- i. Menjelaskan berdasarkan data hasil jawaban yang berasal dari responden bersumberkan kuesioner *commercialization* tentang apa yang menjadi ide media pemasaran dalam menyelesaikan produk akhir.
- ii. Mencatat beberapa ide yang telah muncul dengan cara membuat distribusi frekuensi yaitu dengan mengelompokkan masing-masing data tersebut ke dalam beberapa kategori yang juga disertai frekuensi serta persentase yang tepat untuk menunjukkan berapa banyaknya jumlah data dalam setiap kategori.
- iii. Ide yang mempunyai frekuensi tertinggi tentang apa yang akan dipilih untuk melaksanakan pengomersilsasian produk akhir.