

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah Banandes nuget pisang. Lokasi atau area tinggal calon dari penelitian ini berlokasi di Sendangguwo raya selatan nomor 60 Semarang. Adapun alasan pemilihan pada obyek dan lokasi tersebut karena Banandes nuget pisang merupakan usaha nuget pisang yang perlu untuk melakukan sebuah inovasi pada produk supaya dapat menambah inovasi baru sehingga dapat menjadi sebuah usaha yang kompetitif atau tidak kalah dalam bersaing.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono(2003), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memesan dan merasakan nuget pisang di Banandes yang berada di Kota Semarang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2014:118). Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi Banandes nuget pisang selama satu bulan terakhir dan tinggal di kota Semarang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu (wahyudin, 2015).

Beberapa pertimbangan untuk mengetahui sebuah saran atau tanggapan adalah tujuan khusus dari penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling* mengenai inovasi produk banandes nuget pisang, sehingga syarat dari sampel ini yaitu konsumen yang pernah

mengonsumsi produk banandes nuget pisang satu bulan terakhir dan berlokasi di area peneliti yang sudah ditetapkan.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari tangan pertama yang mengacu pada informasi yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi. (Sekaran, 2006).

Data primer pada penelitian ini ialah:

- a) Proses inovasi berdasarkan harapan pada konsumen.
- b) Data mengenai peluang internal (data mengenai ketersediaan bahan baku, dan data keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membuat produk inovasi Banandes Nugget pisang).
- c) Data mengenai peluang eksternal (peluang pasar untuk ide produk inovasi Banandes Nugget pisang dan data mengenai ketertarikan responden terhadap ide produk inovasi Banandes nuget pisang).
- d) Data mengenai uji *prototype* pada produk inovasi Banandes nuget pisang.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah :

- a) Kuisisioner

Kuisisioner yaitu sebuah pengumpulan data yang efisien dan merupakan daftar pertanyaan yang telah disediakan yang akan dijawab oleh responden. (Sekaran, 2006). Kuisisioner dibagikan kepada konsumen yang pernah mengonsumsi Banandes nuget pisang satu bulan terakhir dan berada di kota Semarang sehingga mendapat informasi mengenai proses inovasi berdasarkan persepsi dan harapan konsumen

pada produk Banandes Nuget pisang. Kuisisioner ini digunakan untuk mengumpulkan :

- (1) Persepsi dan Harapan mengenai rasa dan topping untuk produk inovasi Banandes nugget pisang yang diinginkan oleh responden.
- (2) Persepsi dan Harapan mengenai peluang pasar terhadap ide produk inovasi Banandes nugget pisang.
- (3) Persepsi dan Harapan mengenai ketertarikan responden terhadap ide produk inovasi Banandes nugget pisang.

3.3.3 Teknik Analisis Data

- a) Pada penelitian ini, menggunakan analisis data deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis persepsi dan harapan konsumen. Penelitian deskriptif ialah sebuah penelitian yang digunakan untuk mengetahui masalah yang dialami oleh subjek penelitian, yang kemudian di analisa dan di deskripsikan dengan menggunakan kata-kata bahasa pada konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Saputri et al., 2015).

Analisis data deskriptif ini dipakai untuk mengetahui proses inovasi berdasarkan persepsi dan harapan konsumen pada Banandes Nugget pisang di kota Semarang. Selain itu untuk melakukan analisis data menggunakan analisis rentang skala. Di mana untuk menentukan rentang skala digunakan rumus :

$$RS = \frac{(\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil})}{\text{jumlah kategori jawaban}}$$

$$= \frac{(5 - 1)}{3} = 1,33 \text{ (Rendah)}$$

3

Berikut merupakan tabel rentang skala :

Tabel. 3.1. Kategori Rentang Skala

Variabel	Kategori Rentang Skala		
	1.00 – 2.33	2.34 – 3.67	3.68 – 5.00
Product	Rendah	Sedang	Tinggi
Price	Rendah	Sedang	Tinggi
Place	Rendah	Sedang	Tinggi
promotion	Rendah	Sedang	Tinggi

Sedangkan tabel tabulasi frekuensi yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel. 3.2. Tabulasi Frekuensi

No	keterangan	JAWABAN					Total skor	Rata – rata skor	kategori
		SS	S	N	TS	STS			
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			

Cara perhitungan :

S = Skor

F = Frekuensi (Jumlah responden)

- Frekuensi x bobot nilai = skor

- Penjumlahan dari semua skor = total skor
- $\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Frekuensi}} = \text{rata-rata skor}$

Analisis data deskripsi digunakan untuk menganalisis persepsi dan harapan konsumen untuk pengembangan inovasi produk pada usaha makanan Pisang Nuget Banandes.

- b) Tahap-tahap dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

Menganalisis data pada proses Inovasi yang meliputi tahap :

(1) *Idea Generation*/ pencari ide

- (a) Memaparkan data hasil jawaban responden dari kuesioner *idea generation* atau pencari ide mengenai ide bentuk, rasa, topping, harga dan kemasan untuk produk inovasi Banandes Nuget pisang.
- (b) Mencatat ide varian rasa , bentuk, topping, harga dan kemasan pada produk Banandes Nuget pisang dengan mengelompokan masing-masing data tersebut ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan presentase yang sesuai untuk menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori.

Keinginan / Harapan Pasar mengenai Inovasi produk nugget pisang Banandes yang dapat ditinjau dari :

1. Keinginan konsumen terhadap variasi rasa produk
2. Keinginan konsumen terhadap topping produk
3. Keinginan konsumen terhadap kemasan produk
4. Keinginan konsumen terhadap harga produk
5. Keinginan konsumen terhadap penambahan media promosi

6. Keinginan konsumen terhadap lokasi yang mudah ditemukan

Persepsi dan harapan ini akan menjadi dasar dan masukan dalam proses selanjutnya dalam tahapan inovasi.

- (c) Pemberian peringkat yang didasarkan ide yang memiliki frekuensi paling tinggi sampai paling rendah.
- (d) Memilih ide yang memiliki dua peringkat tertinggi untuk dianalisa ditahap selanjutnya.

(2) Opportunity Recognition/ Identifikasi peluang

- (a) Mengidentifikasi kapabilitas eksternal produk inovasi Banandes nuget pisang dengan langkah sebagai berikut:

1. Memaparkan data hasil jawaban responden dari kuisisioner opportunity recognition/ identifikasi peluang pasar dan ketertarikan pasar terhadap produk inovasi Banandes Nugget pisang.
2. Mencatat hasil jawaban responden dengan distribusi frekuensi yaitu mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori dengan disertai frekuensi dan presentasi yang sesuai untuk menunjukkan banyaknya data pada setiap kategori.

Tabel 3.3. Faktor Eksternal

	Keinginan / Harapan	Faktor Eksternal	
		Peluang pasar	Ketertarikan responden
a	Variasi rasa		
b	Topping		
c	Kemasan		
d	Harga		

e	Penambahan media promosi		
f	Lokasi		

(b) Mengidentifikasi kapabilitas internal produk inovasi Banandes Nugget pisang dengan membuat tabel rekapitulasi hasil observasi ketersediaan bahan baku dan kemampuan teknik yang dimiliki dari masing-masing ide.

Tabel 3.3. Faktor Internal

	Keinginan / Harapan	Faktor Internal		
		Harga Bahan	Kemudahan mendapatkan bahan	Kemampuan secara teknik
a	Variasi rasa			
b	Topping			
c	Kemasan			
d	Harga			
e	Penambahan media promosi			
f	Lokasi			

Adapun yang termasuk dalam bahan meliputi:

- (a) Tepung terigu nuget pisang banandes
- (b) Tepung panir nuget pisang banandes
- (c) Gula halus
- (d) Pisang yang digunakan nuget pisang banandes
- (e) Air
- (f) Kemasan
- (g) Stiker / label

(c) Setelah mengidentifikasi kapabilitas dari internal dan eksternal, maka akan menghasilkan output berupa kriteria ide. Analisis internal dan eksternal di atas dilakukan terhadap 3 ide harapan hasil tahap 1 (eksplorasi harapan) yang mendapat suara terbanyak. Analisis opportunity internal eksternal akan menghasilkan ide – ide apa saja yang menguntungkan untuk produk inovasi.

(3) *Idea Evaluation*/ evaluasi ide

(a) Memaparkan ide-ide yang sudah didapat dari *idea generation*/ evaluasi ide dan kriteria yang sudah didapat dari *opportunity recognition* dengan membuat table.

(b) Antara ide dengan kriteria eksternal dan internal harus seimbang.

(c) Ide yang sesuai dengan kriteria eksternal dan internal , akan lolos untuk ke tahap selanjutnya. Ide tersebut mengenai :

1. Varian rasa nuget pisang Banandes
2. Variasi topping nuget pisang Banandes
3. Menarik atau tidak kemasan nuget pisang Banandes
4. Keterjangkauan harga nuget pisang Banandes
5. Promosi nuget pisang Banandes
6. Lokasi strategis nuget pisang Banandes

(4) *Development*/ Pengembangan

(a) Desain Awal , pembuatan desain awal pada produk inovasi Banandes Nugget pisang.

(b) *Prototype* , pembuatan prototype produk inovasi Banandes Nugget pisang.

(c) Uji *prototype* produk

1. Membagikan kuisisioner dan hasil *prototype* kepada responden
2. Mencatat hasil jawaban responden tersebut dengan membuat distribusi frekuensi yaitu dengan mengelompokkan masing-masing data pada beberapa kategori yang disertai presentase dan frekuensi untuk menunjukkan banyaknya data dari setiap kategori.

(d) *Redesign*

Perbaiki produk pada kekurangan yang terjadi di dalam produk inovasi. Setelah dilakukan perbaikan, maka mulai dengan pembuatan produk yang nyata.

(e) Menciptakan produk akhir

Produk yang telah diperbaiki sesuai persepsi dan harapan dari konsumen dan juga sesuai dengan hasil pengujian.

(5) Commercialization/ Komersialisasi

- (a) Memaparkan data hasil jawaban responnden dari kuisisioner commercialization atau komersialisasi mengenai ide media untuk pemasaran untuk produk akhir dari inovasi Banandes Nuget pisang.
- (b) Mencatat ide-ide yang muncul dengan membuat distribusi frekuensi yaitu dengan mengelompokkan masing-masing data ke dalam beberapa kategori yang terdiri dari presentase dan frekuensi untuk menunjukkan banyaknya data pada setiap kategori.
- (c) Ide yang memiliki frekuensi tertinggi dan kemudian akan dipilih untuk mengkomersialisasikan produk akhir.