

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah inovasi produk kaos Nero.idn yang berada di daerah Puri Anjasmoro Semarang Barat. Alasan kenapa memilih objek dan lokasi tersebut adalah karena brand Nero.Idn perlu melakukan inovasi supaya tidak kalah saing dengan brand lainnya, oleh karena itu saya memilih untuk dijadikan objek penelitian.

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi mengacu kepada keseluruhan kelompok orang, sebuah kejadian atau hal yang ingin diteliti sedangkan sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih dari sebagian populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian secara online berusia 17 sampai 25 tahun. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam pemilihan ini adalah berjumlah 10 orang karena layak seperti penelitian kebanyakan sebelumnya dan responden ini digunakan pada tahap pencarian ide, kesempatan peluang, tahap pengembangan dan komersialisasi.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik purposive sampling dimana pengambilan sampel dengan cara memilih subjek berdasarkan kriteria yang cocok dan secara terbatas (Sekaran, Uma 2006:136) dalam (Kristianto, 2017, p. 34) . Tujuan purposive sampling ini bertujuan untuk mengetahui ketertarikan responden atau

konsumen terhadap inovasi produk yang dilakukan oleh Nero.idn. Maka dari itu syarat dari sampel ini adalah konsumen yang berumur 17 sampai 25 tahun yang sudah pernah membeli produk Nero.idn. Semarang secara online dan berdomisili di Semarang.

3.3 JENIS DATA

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah Data Primer. Data primer dalam penelitian ini adalah yaitu ide ide dan peluang internal yang dibutuhkan dalam inovasi produk ini. Data primer lain yaitu wawancara yaitu sumber datanya berasal dari 10 responden yang pernah membeli produk Nero.idn.

3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data primer ini menggunakan metode:

a. Wawancara

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan cara wawancara. Wawancara nya sendiri dilakukan secara tidak terstruktur kepada 10 responden yang pernah membeli produk Nero.idn. Wawancara ini dilakukan agar mengetahui pencarian ide dan peluang yang ada di pasar nya.

b. Observasi

Observasi ini dilakukan dengan cara pengamatan lingkungan tanpa bertanya ke responden. Pada observasi ini dilakukan di café atau coffeshop melihat peluang trend style di jaman sekarang untuk anak muda. Selain itu juga dilakukan observasi pada market place melihat persaingan pasar untuk mengetahui kemampuan teknik untuk membuat produk inovasi pada style anak muda.

3.5 TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam analisis ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui proses inovasi desain kaos Nero.idn Semarang. Langkah langkah yang dilakukan sebagai berikut:

a. *Idea Generation*

- I. Melakukan penggalan ide dengan cara menanyakan kepada responden tentang keinovasian ide.
- II. Mencatat ide ide yang terkumpul model dan desain yang sedang trend di kalangan anak muda.
- III. Memberikan pendapat dari ide ide yang ada.
- IV. Memilih ide yang memiliki frekuensi yang paling tertinggi atau sedang nge trend di kalangan anak muda.

b. *Opportunity Recognition*

- I. Mengidentifikasi kemampuan eksternal dengan cara wawancara beberapa anak muda atau anak mahasiswa mengenai trend stlye fashion jaman sekarang yaitu oversize t-shirt agar mengetahui pasarnya dan ketertarikan inovasi produk Nero.idn.
- II. Lalu mencatat hasil wawancara dan menyaring jawaban responden dengan mempresentasikan jawaban mana yang tinggi presentasinya
- III. Mengidentifikasi kapasitas internal mengenai kemampuan teknik dari inovasi produk Nero.idn Semarang, setelah mengidentifikasi akan menghasilkan kriteria kriteria yang akan di evaluasi.

c. *Idea Evaluation.*

- I. Memaparkan ide ide yang didapat dari tahap *Idea generation* dan kriteri yang didapat dari *Opportunity Recognition* dengan membuat tabel
- II. Menyatukan ide dan kriteria yang didapat
- III. Ide yang sesuai akan lanjut ke tahap selanjutnya.

c. Development

- I. Desain awal
Membuat desain awal produk inovasi Nero.idn.
- II. Prototype
Membuat prototype produk inovasi Nero.idn.
- III. Uji prototype produk
 - Mewawancarai beberapa orang dan menunjukkan prototype.
 - Lalu mencatat jawaban narasumber dan menyaring setiap pendapat mereka.
- IV. Redesain
Melakukan perbaikan produk jika perlu diperbaiki.

d. *Commercialization*

Rencana mengomersialisasikan produk inovasi produk ke pemasaran secara online.