

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu pada Mie Ayam Happy di Kota Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi pada riset ini merupakan 1 orang owner Mie Ayam Happy, 2 orang pegawai Mie Ayam Happy serta pelanggan Mie Ayam Happy di Kota Semarang. Pelanggan Mie Ayam Happy di Kota Semarang merupakan konsumen Mie Ayam Happy yang melaksanakan pembelian minimum 2 kali pada 1 bulan terakhir.

Sampel dalam penelitian ini merupakan 1 orang owner, 2 orang pegawai Mie Ayam Happy, dan pelanggan yang hendak diserahkan angket mengenai idea generation serta development dalam langkah pengetesan prototype. Patokan penentuan sampling merupakan selaku berikut:

1. Pemilik dipilih karena merupakan seorang yang paling mengetahui tentang perusahaan secara mendalam.
2. Karyawan dipilih sebagai sampel karena merupakan orang yang paling mengetahui tentang produksi mie ayam Happy.
3. Konsumen yang dipilih adalah konsumen yang melakukan pembelian 2 kali dalam sebulan terakhir.

Karena jumlah konsumen yang mengkonsumsi Mie Ayam Happy di Kota Semarang tidak dapat diketahui secara pasti setiap bulannya, maka untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, dalam penentuan sample menggunakan quota sampling dengan menetapkan 30 orang konsumen yang mengkonsumsi Mie Ayam Happy di Kota Semarang minimal 2 kali dalam sebulan terakhir sebagai anggota sampel.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Informasi yang dipakai pada riset ini merupakan informasi pokok berbentuk ilham, rancangan, cara, prototype serta analisa pasar dari produk mie yang hendak terbuat oleh Mie Ayam Happy. Informasi pokok didapat dari hasil tanya jawab dengan owner, pegawai serta pelanggan Mie Ayam Happy di Kota Semarang serta pemantauan langsung ke obyek riset.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data dilakukan dengan *interview* (wawancara) kepada pemilik Mie Ayam Happy dan kuesioner diberikan kepada konsumen Mie Ayam Happy. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2020).

3.5 Alat Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

3.5.1. Idea generation

Langkah-langkah analisis *idea generation* adalah sebagai berikut :

1. Menguraikan informasi hasil balasan reponden atas angket idea generation yang diserahkan hal ilham wujud, rasa, topping ataupun rancangan produk mie.
2. Menulis ilham wujud, konsep ataupun rancangan produk mie dengan membuat penyaluran gelombang melewati pengelompokan tiap- tiap informasi itu ke pada sebagian jenis dengan diiringi gelombang serta persentase yang cocok buat membuktikan banyaknya informasi pada tiap jenis.
3. Pemberian tingkatan bersumber pada ilham yang mempunyai gelombang paling tinggi sampai terendah.
4. Penentuan ilham yang mempunyai 2 tingkatan paling tinggi buat dianalisa di langkah berikutnya.

3.5.2. Opportunity recognition

Langkah-langkah analisis *opportunity recognition* adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor eksternal dari produk inovasi mie yaitu:
 - a. Menguraikan informasi hasil balasan responden dari angket opportunity recognition hal kesempatan pasar serta ketertarikan pasar kepada produk mie dengan versi rasa terkini.

- b. Menulis hasil balasan aspek eksternal itu pada penyaluran gelombang dengan diiringi gelombang serta persentase yang cocok buat membuktikan banyaknya informasi pada tiap jenis.
2. Mengidentifikasi faktor internal perusahaan dalam membuat produk inovasi mie yaitu:
 - a. Melaksanakan pemantauan di Mie Ayam Happy serta tanya jawab pada owner serta pegawai Mie Ayam Happy.
 - b. Membuat tabel rekapitulasi hasil pemantauan serta tanya jawab ketersediaan materi dasar serta daya metode yang dipunyai dari tiap- tiap ide.
3. Sehabis mengenali aspek dalam serta eksternal yang membolehkan Mie Ayam Happy pada membuat produk inovasi mie, sehingga diperoleh patokan ilham dari produk inovasi mie.

3.5.3. **Idea evaluation**

Analisis *idea evaluation* dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Memadankan antara ilham dengan patokan dalam serta eksternal yang diperoleh dari langkah opportunity recognition.
2. Ide yang cocok dengan patokan dalam serta eksternal hendak lulus ke langkah berikutnya.

3.5.4. **Development**

Analisis tahap *development* dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Desain awal

Pembuatan desain awal produk inovasi mie

2. *Prototype*

Pembuatan *prototype* produk inovasi mie

3. Uji *prototype* produk

- a. Menguji respon dari produk *prototype* kepada konsumen
- b. Membagikan kuesioner *prototype* kepada konsumen
- c. Merekap kuesioner hasil uji *prototype*
- d. Menulis hasil balasan responden itu pada penyaluran gelombang melewati pengelompokan tiap- tiap informasi itu ke pada sebagian jenis dengan diiringi gelombang serta persentase yang cocok buat membuktikan banyaknya informasi pada tiap jenis.

4. *Redesign*

Koreksi produk bila diperoleh terdapat kekurangan dari produk. Masukan dari kekurangan dalam produk diperoleh dari hasil balasan pelanggan atas *prototype*.

5. Menciptakan produk akhir.

Produk yang sudah diperbaiki cocok dengan kemauan ataupun anjuran dari pelanggan serta cocok dengan hasil riset.

3.5.5. **Commercialization**

Analisis tahap *commercialization* dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Melaksanakan pemasaran pada pelanggan dengan cara langsung di Mie Ayam Happy Kota Semarang.
2. Melaksanakan penilaian jumlah pemasaran yang dicoba pada satu bulan.