

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian yang tergolong dalam penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Pendekatan kualitatif penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dicermati. Dalam hal ini, peneliti menafsirkan dan menjelaskan data-data yang didapat peneliti dari *brainstorming*, wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga mendapatkan jawaban permasalahan dengan rinci dan jelas. Tujuan dalam penelitian ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual atau akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

3.2 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah CrackedBox. CrackedBox berada di jalan Bukit Kencana Jaya blok j8 nomor 6, sehingga penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dengan melakukan observasi di sosial media.

3.2.1. *Packaging* CrackedBox.

Packaging dalam produk ini menjadi obyek penelitian untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pembeli apakah lebih tertarik atau tidak, *packaging* ini dapat menjadikan sampah yang ramah lingkungan.

3.3 Jenis Data

Data penelitian dapat dikatakan sebagai fakta empiris yang diperoleh peneliti untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Data dapat diperoleh dari berbagai sumber dan dengan teknik pengumpulan tertentu. Menurut Sugiyono (2006:14) data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Data Kualitatif yaitu data yang

disajikan dalam bentuk verbal (lisan/kata) bukan dalam bentuk angka. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari kuisioner dan observasi. Data sekunder berasal dari kajian penelitian terdahulu. Penelitian ini data bersumber dari kuisioner dan menggunakan kajian penelitian terdahulu.

3.3.1. Populasi, Sampel, dan Alat 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 CrackedBox 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 CrackedBox paling sedikit dua kali dan berada di kota Semarang. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 15 orang. 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 *packaging* CrackedBox sehingga syarat dari sampel ini adalah konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi CrackedBox sebanyak minimal dua kali dan berada di Kota Semarang.

3.3.2. 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 *kraft paper* inovasi CrackedBox

b.Data mengenai varian bentuk baru pada sendok inovasi Crackedbox

c.Data mengenai varian jenis baru pada plastik pengemas inovasi CrackedBox

d.Data mengenai peluang internal (data mengenai ketersediaan bahan baku, data keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membuat inovasi *packaging* CrackedBox, serta data kemampuan teknik)

e. Data mengenai peluang eksternal (data mengenai peluang pasar untuk ide inovasi *packaging* CrackedBox dan data mengenai ketertarikan responden terhadap ide inovasi *packaging* Crackedbox)

f. Data mengenai uji *prototype* inovasi *packaging* CrackedBox

Sedangkan sumber datanya berasal dari 15 konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi CrackedBox sebanyak minimal dua dan berada di Kota Semarang.

3.3.3. 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 15 konsumen yang pernah memesan dan mengkonsumsi CrackedBox sebanyak minimal dua kali dan berada di Kota Semarang sehingga dapat mendapat informasi mengenai proses inovasi *packaging* pada CrackedBox di kota Semarang. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan :

i. Data mengenai bentuk *kraft paper*, sendok, dan kantong

pengemas untuk inovasi *packaging* yang di inginkan responden

- ii. Data mengenai peluang pasar terhadap ide inovasi *packaging* CrackedBox.
- iii. Data mengenai ketertarikan responden terhadap ide inovasi *packaging* CrackedBox.
- iv. Data mengenai uji *prototype* inovasi *packaging* Crackedbox.

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) .Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan. Kegiatan observasi dilakukan untuk memproses objek dengan maksud untuk merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan ide-ide yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan melanjutkan ke proses investigasi. Secara umum, observasi adalah aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena. Aktivitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang diteliti. Informasi yang didapat harus bersifat objektif, nyata, dan dapat dipertanggungjawabkan. Widoyoko (2014:46) observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada

objek penelitian. Pengamatan atau observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

Pada penelitian ini observasi akan dilakukan di pasar tradisional dan pasar *online*, dengan tujuan untuk mengetahui ketersediaan bahan baku dan keterjangkauan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk membuat inovasi *packaging* Crackedbox. Selain itu, juga melakukan observasi di CrackedBox untuk mengetahui perubahan penggunaan *kraft paper*, sendok, dan plastic pengemas yang akan digunakan untuk inovasi *packaging*.

3.4 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 *packaging* pada CrackedBox di kota 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 *kraft paper*, sendok, dan plastic pengemas untuk inovasi *packaging* CrackedBox.

ii. Mencatat ide bentuk *kraft paper*, sendok, dan kantong pengemas inovasi *packaging* 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

Mengidentifikasi kapabilitas eksternal inovasi *packaging* CrackedBox dengan langkah sebagai berikut :

1. Memaparkan data hasil jawaban responden dari kuesioner *opportunity recognition* mengenai peluang pasar dan ketertarikan pasar terhadap inovasi *packaging* CrackedBox.
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.
3. Mengidentifikasi kapabilitas internal inovasi *packaging* CrackedBox dengan membuat tabel rekapitulasi hasil observasi ketersediaan bahan baku dari masing-masing ide.
4. 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 *kraft paper*, sendok, dan kantong pengemas sebelum inovasi *packaging*
- ii. Prototype
Pembuatan *prototype* inovasi *packaging* CrackedBox
- 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* perbaikan *packaging* jika terdapat kekurangan pada *packaging*. Setelah diberikan perbaikan, maka dimulai pembuatan produk *packaging* yang nyata.
- v. Menciptakan produk akhir
Produk *packaging* yang telah diperbaiki sesuai dengan keinginan atau saran dari konsumen, dan sesuai dengan hasil pengujian.

e. 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.

