

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah dawet. Penelitian ini dilakukan karena banyaknya dawet yang dijual dan tersedia dipasar hanya memiliki rasa plain dan dengan isi santan, nangka, ditambahkan dengan gula merah, sehingga ada baiknya diinovasikan menjadi minuman yang lebih sehat dan variatif yaitu dengan menggunakan bahan tambahan pangan bubuk teh hijau untuk memberikan rasa baru pada dawet, dan penggunaan krimer pada kuah sebagai ganti santan

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya(Sugiyono,2008:115). Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, kejadian, atau hal – hal yang menjadi minat untuk diteliti oleh peneliti (Sekaran,2006:121).

Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen es dawet Kampung Kali yang tinggal di Kota Semarang. Karena jumlah populasi pada penelitian ini sangat banyak dan luas maka sampel yang diambil berjumlah minimal 30 responden, hal tersebut mengacu pada *Roscoe* dalam buku Metode Penelitian

Bisnis (Sugiyono,2008:129). Sementara itu, terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi alasan pemilihan lokasi es dawet Kampung Kali Semarang.

Pertimbangan pertama yaitu penjual es dawet kampung sudah berdiri sejak 1963, kedua berdasarkan dari surat kabar (koran) Kompas es dawet Kampung Kali mbah Busron sudah begitu tenar sampai pernah masuk ke acara televisi(<http://travel.kompas.com/read/2011/07/19/0922130/Es.Dawet.Durian.Semarang>) dan sudah memiliki enam cabang yang masing- masing dipegang oleh anak dan cucuk dari mbah Busron, ketiga banyak artis ibukota dan pakar kuliner yang sudah pernah berkunjung di es dawet Kampung Kali.

Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel secara *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan adanya beberapa kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Maka pada penelitian ini kriterianya terdiri dari konsumen pengonsumsi minuman es dawet Kampung Kali yang tinggal dikota Semarang dan minimal sudah pernah datang dua kali dalam dua bulan terakhir di penjual es dawet kampung kali dan konsumen yang berusia lebih dari > 15 tahun, hal ini dikarenakan usia > 15 tahun dapat memberikan jawaban yang representatif dan lebih baik.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan jenis data yang sumber informasinya diperoleh dari tangan

pertama yang dilakukan oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik (Sekaran,2006). Data primer pada penelitian ini berupa:

- a. Data mengenai varian rasa dawet dan isi kuah minuman dawet yang diinginkan
- b. Data mengenai varian rasa baru dan isi kuah baru pada minuman dawet yang lebih diminati
- c. Data mengenai reaksi responden terhadap produk awal
- d. Data mengenai desain produk awal
- e. Data mengenai reaksi responden terhadap produk akhir
- f. Data mengenai tanggapan responden akan cara untuk pemasaran produk inovasi

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan observasi yang dilakukan di lapangan. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono:2008,203). Pada penelitian ini observasi dilakukan pada penjual minuman dawet yang berada di pasar tradisional, pedagang kakilima ,dan pasar modern, dengan tujuan untuk mengetahui dari segi bahan pewarna,rasa, dan segi isi yang telah digunakan sebelumnya. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dipersiapkan sebelumnya kepada responden guna memperoleh jawaban yang diinginkan(Sekaran,2006). Penyebaran kuesioner dibagikan kepada

30 responden konsumen es dawet Kampung Kali yang sudah pernah datang minimal dua kali dalam 2 bulan terakhir dan berada di Kota Semarang.

3.4. Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif. Teknik analisis data deskriptif merupakan teknik yang menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data – data yang bukan berupa eksak yang telah diperoleh oleh peneliti yang sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2008). Dalam penelitian ini analisis data deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui proses inovasi pada dawet dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menganalisa hasil data dari kuesioner mengenai gambaran umum responden mengenai umur, jenis kelamin, berapa kali mengunjungi dawet kampung kali dalam 2 bulan terakhir, frekuensi responden mengkonsumsi dawet dalam 2 bulan terakhir, serta lokasi yang pernah dijumpai oleh responden untuk membeli minuman es dawet selain di Dawet Kampung Kali Semarang dengan membuat distribusi frekuensi.
2. Menganalisis data mengenai proses inovasi yang meliputi tahap:
 - a. Idea Generation:
 1. Memaparkan hasil data dari pengamatan tentang observasi yang dilakukan pada lingkungan sekitar dan internet.

2. Memaparkan hasil data jawaban responden atas kuesioner *idea generation*
3. Melakukan pencatatan terhadap ide – ide rasa, isi kuah, ide kemasan serta pengetahuan responden akan keberadaan inovasi dawet dengan membuat distribusi frekuensi.
4. Memberikan peringkat terhadap ide yang memiliki frekuensi tinggi atau rendah.

b. *Opportunity Recognition:*

1. Memaparkan hasil data jawaban responden atas kuesioner *opportunity recognition*.
2. Melakukan pencatatan respon dari responden dengan membuat tabel distribusi frekuensi.
3. Mengidentifikasi kapabilitas internal dengan cara: melakukan pengamatan untuk dapat mengetahui harga dan ketersediannya bahan – bahan yang akan digunakan pada inovasi dawet, serta melihat kapabilitas dan fasilitas yang dimiliki dalam pembuatan inovasi dawet.
4. Mengidentifikasi kapabilitas eksternal dengan cara menganalisa hasil jawaban dari responden atas kuesioner *opportunity recognition*.
5. Setelah mengidentifikasi kapabilitas eksternal dan internal, kemudian akan dihasilkan output berupa kriteria ide.

c. *Idea Evaluation*:

1. Memaparkan hasil ide yang telah didapatkan dari tahap *idea generation*.
2. Memaparkan hasil kriteria yang telah didapat pada tahap *opportunity recognition*.
3. Menyelaraskan antara ide dengan kriteria yang ada (apakah ide sudah sesuai dengan kriteria atau tidak).
4. Pengambilan keputusan terhadap ide mana yang lanjut dan ide mana yang berhenti atau tidak dilanjutkan.

d. *Development*: setelah mendapatkan hasil ide tunggal yang diperoleh dari tahap *Idea Evaluation*, kemudian dilakukan pengembangan dengan membangun produk inovasi yang terdiri dari beberapa langkah yaitu:

1. Membuat produk awal inovasi dawet dari segi isi dan rasa sesuai dengan kriteria yang telah diperoleh.
2. Melakukan uji pasar pertama dan mengetahui respon dari responden tentang inovasi dawet
3. Melakukan perbaikan dengan membangun produk inovasi dawet berdasarkan hasil dari uji pasar pertama bila dibutuhkan.
4. Melakukan uji pasar kedua untuk melihat respon dari responden tentang perbaikan yang dilakukan pada produk inovasi
5. Dilakukan perhitungan HPP untuk produk inovasi

e. Commercialization

1. Memaparkan dan membuat tabel distribusi frekuensi atas hasil data jawaban responden tentang cara pemasaran terhadap produk inovasi dawet.
2. Pemberian peringkat berdasarkan ide yang memiliki frekuensi tertinggi dan terendah.
3. Setelah pemberian peringkat maka akan dihasilkan sekumpulan list ide yang dapat digunakan untuk pemasaran inovasi dawet.

