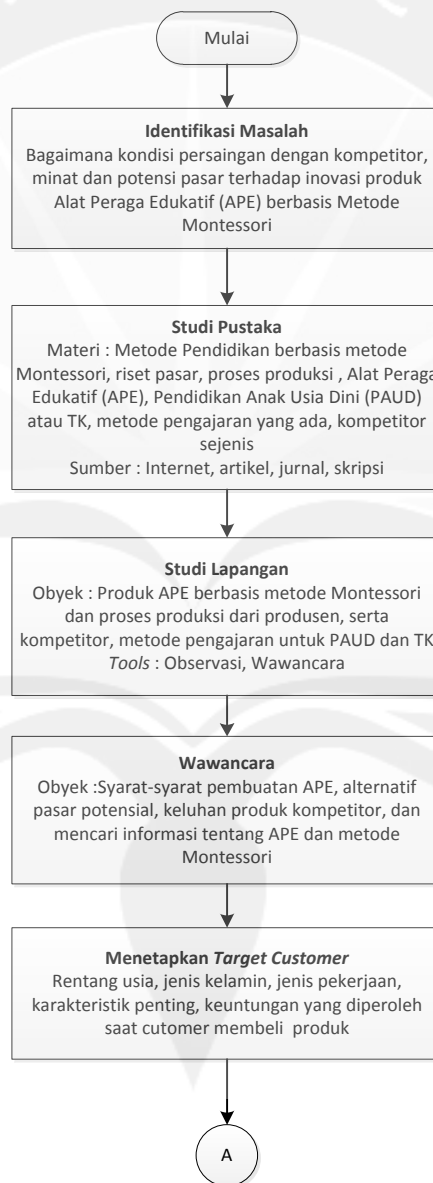


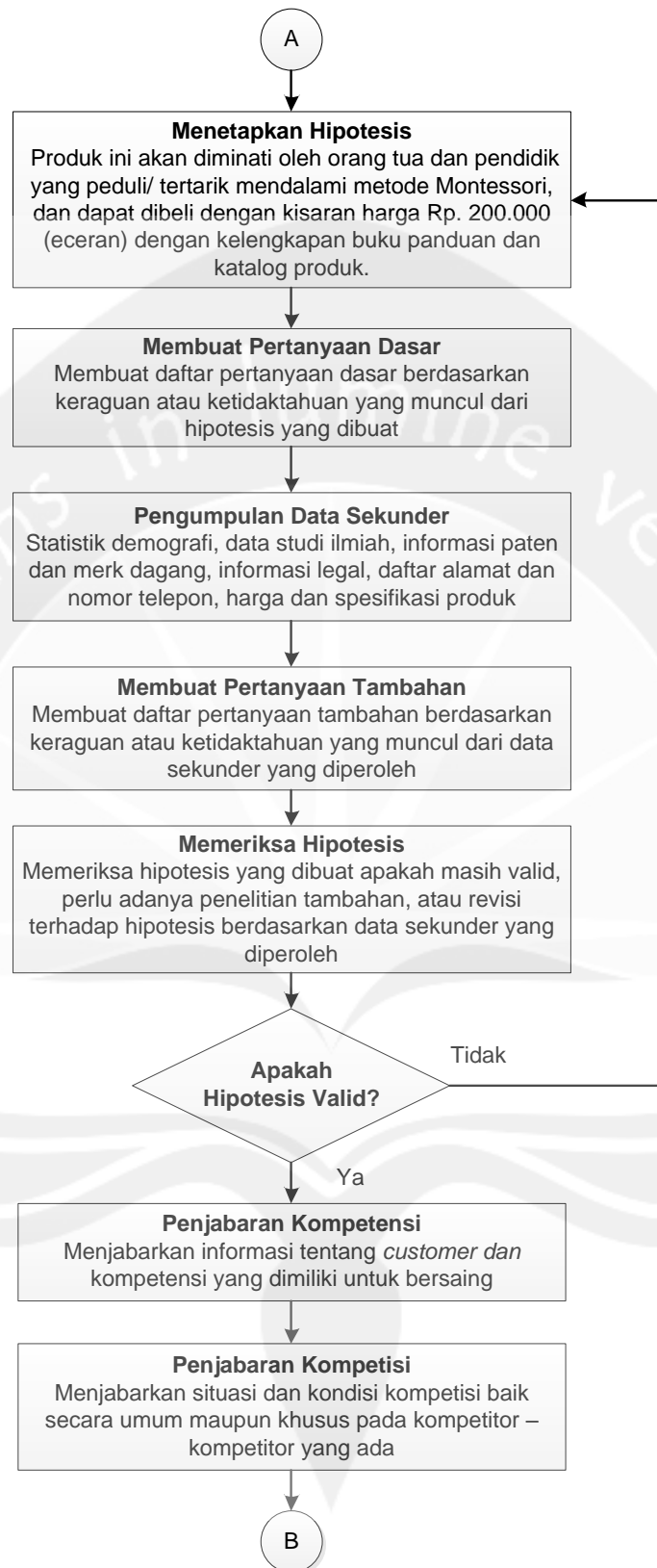
BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

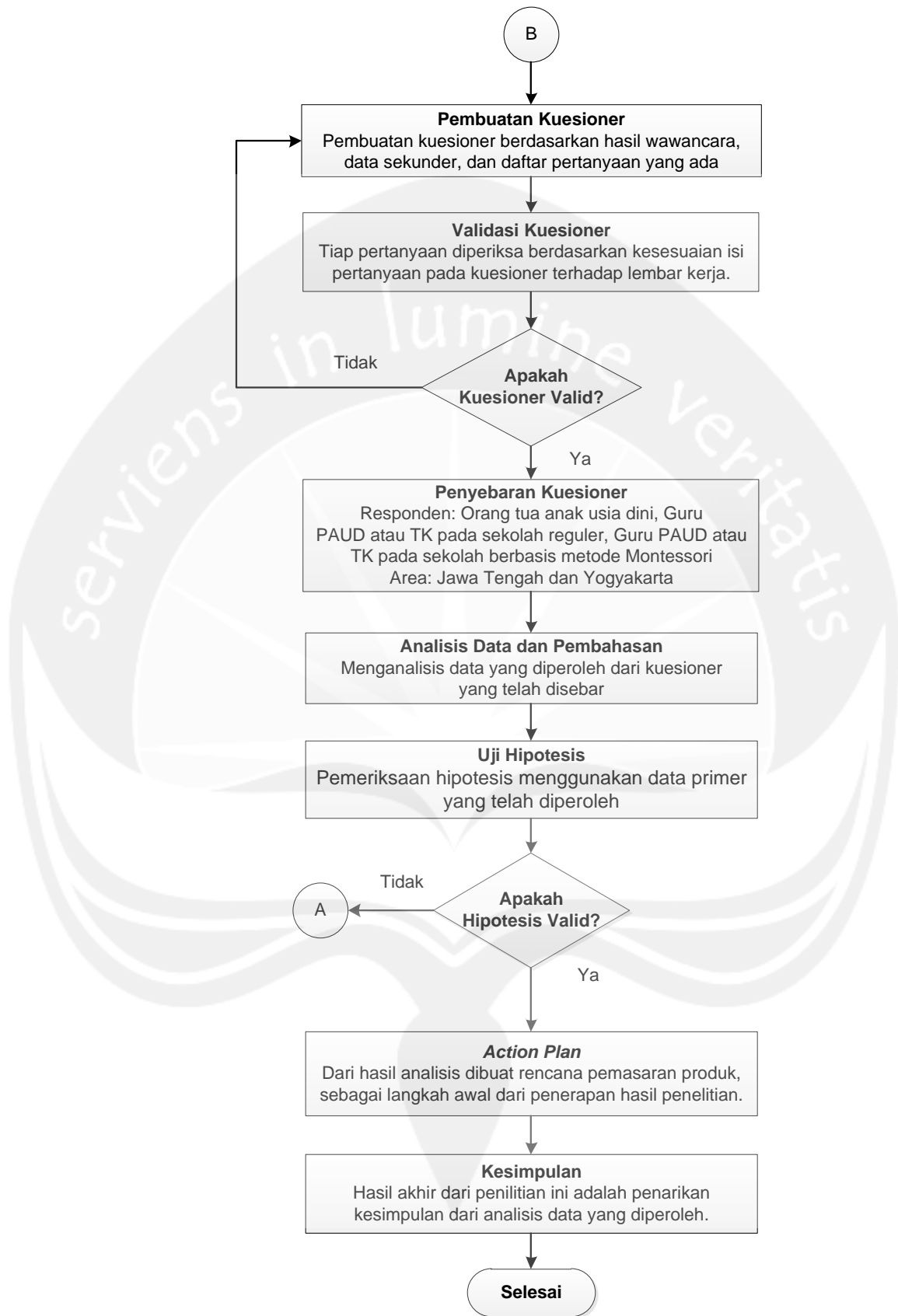
Tujuan penelitian ini adalah dapat mendapatkan hasil analisis minat, potensi, daya beli pasar terhadap produk APE berbasis metode Montessori untuk menentukan rencana pemasaran. Dan mendapatkan hasil analisis perlu tidaknya kelengkapan tambahan produk APE berbasis metode Montessori. Adapun tahap-tahap penelitian yang dilakukan dalam rangka penyusunan tugas akhir ini dapat dilihat dari diagram alir berikut:



Gambar 3.1. Tahapan Metodologi Penelitian



Gambar 3.2. Tahapan Metodologi Penelitian (Lanjutan A)



Gambar 3.3. Tahapan Metodologi Penelitian (Lanjutan B)

3.1. Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah metode pendidikan Montessori juga masih tergolong baru di Indonesia dan harga alat peraga Montessori yang relatif mahal Hal tersebut menyebabkan ketidaktahuan akan potensi pasar saat ini, jenis dari produk yang diminati dan ketidaktahuan akan kelengkapan tambahan produk serta tidak diketahuinya harga jual yang sesuai dengan daya beli pasar. Karena kondisi tersebut resiko kerugian produk yang dihasilkan menjadi tidak laku sangat mungkin terjadi. Riset pasar merupakan suatu metode yang digunakan untuk membantu mengetahui bagaimana kondisi persaingan, minat dan potensi pasar terhadap produk alat peraga Montessori. Serta mengetahui perlu tidaknya kelengkapan tambahan produk yang direncanakan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

3.2. Studi Pustaka

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan referensi mengenai data awal, dasar teori dan metode yang mendukung penelitian. Referensi tersebut didapatkan dari buku, artikel, jurnal, skripsi, internet dan sumber lain yang memungkinkan.

3.3. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan mencari informasi dengan menggunakan media Internet dan secara langsung mendatangi pihak-pihak yang bersangkutan, dengan Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori, maupun yang berkaitan metode pendidikan Montessori sendiri. Pihak yang bersangkutan tersebut antara lain: pendidik (dosen atau *trainer*) yang mengajarkan metode Montessori, tenaga kependidikan TK atau PAUD, dan pelaku usaha Alat Peraga Edukatif sejenis. Informasi yang akan dicari meliputi spesifikasi produk, standart produk, proses produksi, dan harga Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori yang ada saat ini. Data-data tersebut diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahulu untuk menyusun kuesioner.

3.4. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mencari informasi mengenai metode pendidikan Montessori dan produk Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori yang

akan diproduksi. Sehingga produk yang dihasilkan sesuai metode pendidikan Montessori dan alternatif pasar potensial yang dapat menerima produk tersebut. Informasi tersebut diperoleh melalui proses wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Pihak yang dimaksud adalah tenaga kependidikan TK atau PAUD dan pendidik (dosen atau *trainer*) yang mengajarkan metode Montessori.

3.5. Menetapkan Target *Customer*

Target *customer* ditetapkan berdasarkan alternatif pasar potensial hasil dari wawancara. Target *customer* dijabarkan dalam beberapa kriteria spesifik, sehingga menjadi jelas siapa target customer yang dimaksud.

3.6. Menetapkan Hipotesis

Setelah serangkaian tahapan dilakukan sebagai penelitian pendahulu, hipotesis awal ditetapkan sebagai dasar dari riset pasar ini dan akan diuji kebenarannya dalam tahap selanjutnya.

3.7. Menyusun Pertanyaan Dasar

Pertanyaan dibuat berdasarkan keraguan dan ketidaktahuan yang muncul atas hipotesis awal yang telah ditetapkan. Pertanyaan dasar ini akan coba dijawab dengan data sekunder yang diperoleh pada tahap selanjutnya. Nantinya, pertanyaan-pertanyaan dasar yang belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

3.8. Pencarian Data Sekunder

Tahapan selanjutnya adalah mencari data sekunder yang dapat mendukung proses perencanaan riset pasar dan untuk menguji hipotesis awal. Data sekunder yang dibutuhkan antara lain data statistik demografi penduduk di kota Semarang dan kota Yogyakarta, kompetitor Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori, panduan metode Montessori untuk guru dan orangtua, jenis bahan baku, harga bahan baku, dan lain-lain. Data sekunder didapatkan melalui wawancara, pencarian di dinas-dinas terkait, melalui website resmi, dan lain sebagainya.

3.9. Menyusun Pertanyaan Tambahan

Data sekunder yang diperoleh pada tahap sebelumnya dianalisis untuk menjawab pertanyaan dasar yang ada. Kemudian jika masih ada pertanyaan yang belum terjawab atau muncul pertanyaan baru dari data sekunder maka setiap pertanyaan tersebut disusun dan dimasukkan di dalam kuesioner ataupun digunakan sebagai dasar melakukan penelitian lanjutan.

3.10. Memeriksa Hipotesis

Hipotesis awal akan diperiksa menggunakan data-data yang diperoleh dari pencarian data sekunder. Hasil pemeriksaan ini menunjukkan apakah hipotesis awal yang dibuat masih valid atau tidak. Jika masih valid, maka hipotesis awal masih dapat digunakan pada tahap selanjutnya sampai akhir proses riset. Jika tidak valid, maka perlu ditetapkan hipotesis baru dalam proses riset pasar.

3.11. Penjabaran Kompetensi

Penjabaran kompetensi bermanfaat untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari gagasan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk Alat Peraga Edukatif berbasis Metode Montessori serta rencana kelengkapan tambahan terhadap produk yang akan dilakukan secara umum. Pengetahuan yang diperoleh dari riset dapat digunakan untuk memberikan penjelasan lebih kepada responden.

3.12. Penjabaran Kompetisi

Pada tahap ini dijabarkan bagaimana kondisi persaingan atau kompetisi secara umum dan kondisi maupun data kompetitor-kompetitor yang sudah ada dan bagaimana rencana yang dipakai. Hal ini dilakukan agar dapat menetapkan posisi dari gagasan kelengkapan tambahan produk yang diriset dalam pasar yang sudah ada saat ini dan menetapkan rencana yang nantinya dapat diterapkan pada gagasan kelengkapan tambahan produk yang diriset.

3.13. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun sesuai dengan tujuan penelitian atau hal yang ingin didapatkan dari riset yang dilakukan. Pertanyaan pada kuesioner disusun berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan yang ada setelah data sekunder

dianalisis, baik pertanyaan dasar maupun pertanyaan tambahan. Kuesioner disusun mengikuti metode penyusunan kuesioner yang baik.

3.14. Memeriksa Isi Kuesioner

Tiap pertanyaan diperiksa berdasarkan kesesuaian isi pertanyaan pada kuesioner terhadap lembar kerja, yang mana sebagai dasar pembuatan tiap pertanyaan pada kuesioner. Hasil pemeriksaan ini menunjukkan apakah pertanyaan yang dibuat valid atau tidak. Jika masih valid, maka pertanyaan dapat digunakan pada tahap selanjutnya sampai akhir proses riset. Jika tidak valid, maka perlu ditetapkan pertanyaan baru.

3.15. Penyebaran Kuesioner

Proses ini merupakan proses yang akan menghasilkan data primer yang didapatkan dari responden. Responden yang dipilih adalah orang tua anak usia dini, praktisi atau guru TK/ PAUD dengan area penyebaran yang telah ditentukan.

3.16. Analisis Data

Data yang didapatkan kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil analisis yang dibutuhkan.

3.17. Uji Hipotesis

Hipotesis yang telah diperiksa menggunakan data sekunder pada tahap sebelumnya, akan di uji menggunakan data primer yang diperoleh. Hasil pemeriksaan ini menunjukkan apakah hipotesis tersebut masih valid atau tidak. Jika masih valid, maka hipotesis dapat digunakan pada tahap akhir proses riset. Jika tidak valid, maka perlu ditetapkan hipotesis baru dalam proses riset pasar.

3.18. Action Plan

Memberikan penjelasan bagaimana rencana awal produk dipasarkan, tahapan apa saja yang akan dilakukan untuk memasarkan produk.

3.19. Kesimpulan

Hasil akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dari analisis data primer dan data sekunder yang telah didapatkan.