

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, identifikasi masalah dilakukan langsung dengan melakukan kunjungan ke UMKM FIA milik Bapak Agung. Kunjungan tersebut dilakukan untuk bermaksud untuk membantu UMKM agar lebih berkembang, setelah dilakukan wawancara ternyata muncul permasalahan bahwa usaha ini tidak berkembang karena produk ampyang dengan rasa coklat belum banyak diketahui oleh masyarakat, dan kalah saing terhadap produk ampyang yang beredar di pasaran. Sekali produksi Bapak Agung selaku pemilik usaha dapat memproduksi 54 bungkus dalam sekali produksi, Namun penjualan produk ampyang hanya 8-10 bungkus per hari. Hal ini menyebabkan ampyang tidak dapat diproduksi setiap harinya. Akibatnya adalah karyawan banyak yang mengundurkan diri karena ketidakpastian hari kerja karena ampyang diproduksi apabila barang sudah hampir habis. Selama ini Ampyang dikemas menggunakan kemasan kardus dengan merk dagang FIA, Pemilik industri rumahan ini berencana untuk membuat kemasan plastik untuk meminimalisir cost dari kardus. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara ke toko pusat oleh – oleh di Yogyakarta, dan ternyata masih belum ditemukan ampyang coklat pada toko oleh – oleh tersebut. Selain observasi peneliti juga melakukan interview pada masyarakat DIY dan ternyata masyarakat masih banyak belum mengenal produk ampyang coklat. Riset pasar dilakukan untuk mengetahui minat dan potensi masyarakat Yogyakarta dan wisatawan yang datang ke Yogyakarta terhadap produk ampyang coklat yang diarahkan sebagai oleh-oleh ataupun camilan pribadi.

3.2. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan melakukan *interview* kepada pemilik usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan pemilik usaha untuk mendapatkan tanggapan pasar terhadap produknya. Selain itu juga dilakukan pengamatan di toko pusat oleh-oleh di Yogyakarta guna mengetahui tingkat kompetisi yang ada dipasar.

3.3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan referensi mengenai teori – teori dan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Tahap ini dilakukan dengan cara mencari referensi dari beberapa buku, jurnal, dan artikel – artikel mengenai riset pasar dan pengembangan usaha serta teori teori yang terkait dalam topik.

3.4. Riset Pasar

Riset pasar digunakan sebagai cara untuk melakukan penelitian ini. Tahap riset pasar dilakukan sebagai berikut :

3.4.1. Menentukan Topik Riset Pasar

Riset pasar digunakan agar penelitian ini dapat berfokus pada UMKM FIA dengan produk ampyang coklat sebagai oleh – oleh khas Yogyakarta.

3.4.2. Perumusan masalah

Tahap definisi perumusan masalah dilakukan dengan cara wawancara langsung pada pemilik UMKM sehingga masalah-masalah yang ada dapat diungkapkan langsung secara terbuka. Perumusan masalah yang dihasilkan adalah bagaimana melakukan riset pasar terhadap produk ampyang coklat untuk menilai minat dan potensi masyarakat terhadap produk ampyang coklat sebagai oleh – oleh khas Yogyakarta.

3.4.3. Menyusun hipotesis

Menyusun hipotesis atau pernyataan sementara yang nantinya harus diuji kebenarannya. Pada tahap ini peneliti menggunakan lembar kerja sebagai media dalam menyusun hipotesis. Hipotesis yang diperoleh adalah wisatawan / masyarakat mempunyai minat yang besar untuk membeli produk ampyang coklat merk FIA sebagai camilan pribadi maupun sebagai oleh-oleh khas kota Yogyakarta.

3.4.4. Menentukan Metode Riset

Pada tahap ini dibuat kerangka untuk melaksanakan penelitian. Didalamnya termuat secara rinci prosedur untuk pengumpulan data, cara menguji hipotesis, kemungkinan jawaban terhadap research questions, sampai dengan model analisis yang dipergunakan. Pada tahap ini peneliti melakukan Analisis data sekunder, Penelitian kualitatif, Metode pengumpulan data kuantitatif (survey, observasi), Definisi informasi yang dibutuhkan.

3.4.5. Pengumpulan Data Riset

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data primer maupun sekunder. Pada tahap ini peneliti menggunakan lembar kerja sebagai alat bantu. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai langsung pemilik usaha dan masyarakat, melakukan survey, menggunakan fasilitas internet, dan lewat publikasi – publikasi badan pusat statistik, data dari dinas pariwisata. Menyebar kuesioner pada beberapa responden.

3.4.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam riset pasar ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 orang responden yang berada di daerah DIY.

3.4.7. Pengolahan Data

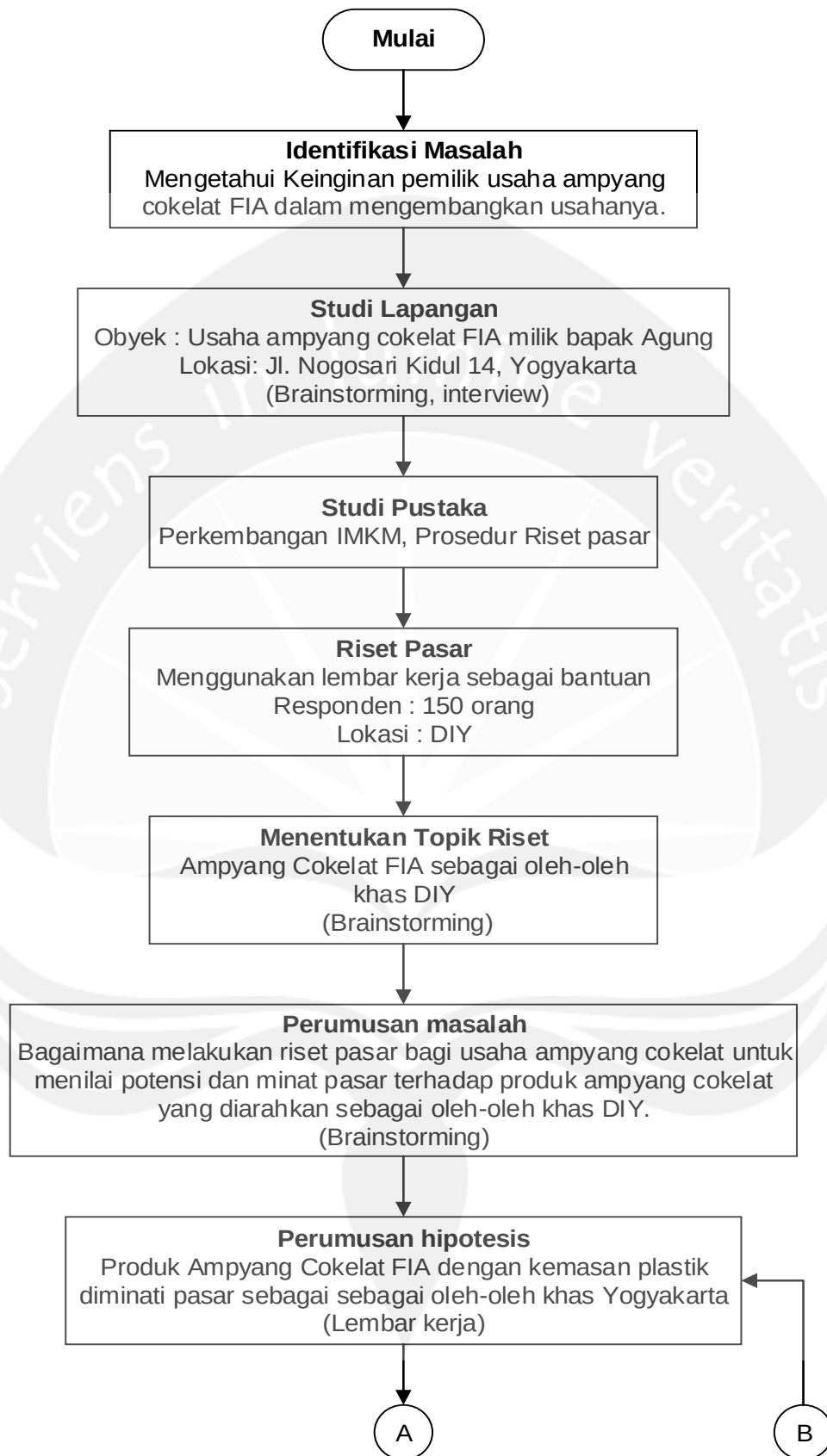
Pengolahan data menjadi tahap selanjutnya setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul. Statistik digunakan sebagai alat dalam riset pasar untuk mengolah data-data tersebut.

3.4.8. Data Analisis

Sebelum kegiatan analisis data, maka dilakukan proses pengolahan data dengan melakukan kegiatan-kegiatan antara lain: penataan data, pengklasifikasian data dan tabulasi data. Penataan data dari jawaban responden atas pertanyaan/pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner dengan memberikan kode nomor tertentu agar dapat diakses secara cepat. Langkah berikutnya adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban responden dengan cara menandai masing-masing jawabannya dengan kedalam bentuk *pie chart*, *bar chart* dan *column chart*. Analisis data menggunakan analisis tren, analisis similaritas, analisis kontradiksi, dan analisis *odd groupings*, sebab metode riset pasar dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Dalam analisis ini dapat memeriksa apakah hipotesis yang dibuat pada tahap sebelumnya telah valid, jika hipotesis belum valid maka perlu dilakukan pengumpulan ulang data dan analisis data.

3.4.9. Kesimpulan

Hasil akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan berupa hasil analisis data dan strategi peningkatan daya saing usaha ampyang coklat yang tepat.



Gambar 3.1. Diagram Alir Metode Penelitian

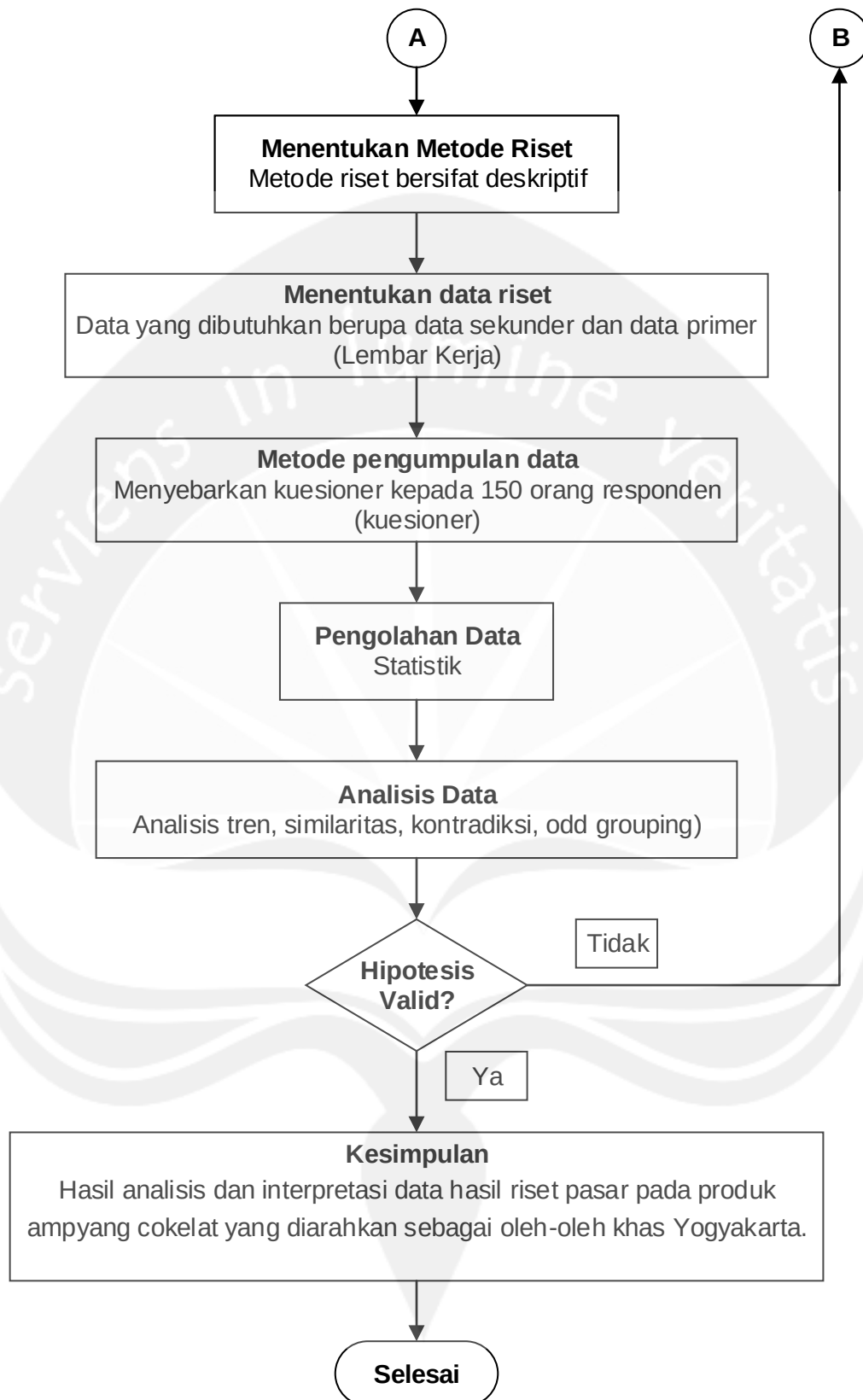


Diagram 3.1. Diagram Alir Metode Penelitian (Lanjutan)