

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

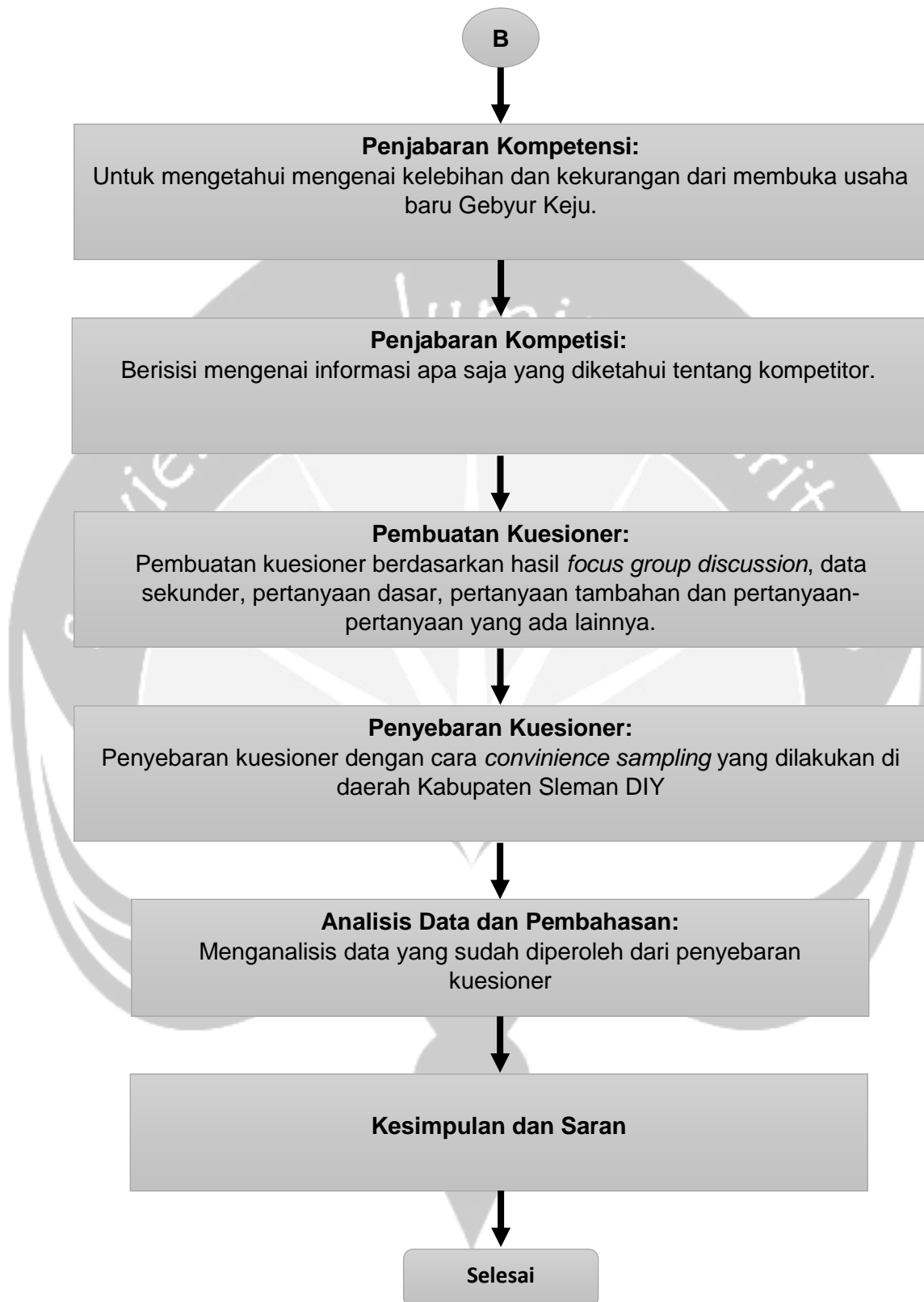
Berikut diagram alir yang berisi tahapan – tahapan kerangka susunan tugas akhir, adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahapan Metodologi Penelitian



Gambar 3.1 Lanjutan Tahapan Metodologi Penelitian



Gambar 3.1 Lanjutan Tahapan Metodologi Penelitian

3.1. Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi adalah ketika memulai usaha baru perlu diketahui mengenai minat dan potensi pasar terhadap produk yang ditawarkan. Dengan menu yang masih sederhana terdapat sejumlah respon yang positif dan negatif mengenai produk dari usaha Gebyur Keju. Selain itu terdapat menu *snack* yang kurang disukai oleh konsumen. Riset pasar merupakan sebuah metode yang dapat digunakan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada, yaitu mengenai mengetahui minat dan potensi pasar, memperbaiki kekurangan yang ada dalam membangun usaha baru, serta mengetahui komposisi menu *snack* baru yang dapat diterima oleh calon target konsumen.

3.2. Focus Group Discussion

Focus group discussion dilakukan untuk mengarahkan riset pasar yang dilakukan agar arah riset jelas dan mengarah pada tujuan yang ingin dicapai, selain itu juga mengevaluasi hasil menjalankan bisnis mengikuti bazar dan mengidentifikasi informasi – informasi penting yang lainnya untuk dapat diambil sebuah keputusan yang membawakan sebuah hasil tertentu.

3.3. Studi Pustaka

Kegiatan studi pustaka dilakukan untuk memperoleh referensi mengenai dasar teori dan metode-metode yang mendukung penelitian. Referensi tersebut didapatkan dari beberapa sumber terpercaya seperti buku, jurnal, skripsi, dan sumber-sumber lainnya.

3.4. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan mencari informasi-informasi yang memiliki kaitan dengan penelitian untuk memulai usaha baru Gebyur Keju. Studi dilakukan dengan cara melakukan survey dan observasi secara langsung ke resto cepat saji yang memiliki menu familiar dengan usaha Gebyur Keju. Informasi yang didapat antara lain mengenai rasa dari produk, harga dari produk, kombinasi menu dari produk. Hal tersebut dilakukan untuk penelitian pendahuluan sebelum melakukan riset dari produk yang akan dijual dan mengetahui informasi mengenai bisnis kompetitor.

3.5. Mengidentifikasi Informasi yang Diperlukan

Mempersiapkan lembar kerja yang membantu mengarahkan riset sehingga tidak menyimpang dari tujuan, kemudian mempersiapkan lembar kerja beurutan sesuai dengan pengumpulan data yang akan dicari.

3.6. Menetapkan Target Customer

Target customer ditetapkan dari alternatif minat dan potensi pasar selama menjalankan usaha di bazar, hasil dari *focus group discussion* bersama owner serta dari studi lapangan yang sudah dilakukan. Menetapkan target customer dilakukan dengan menjabarkan dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, hobi, dll.

3.7. Menetapkan Hipotesis

Setelah melakukan beberapa tahapan awal penelitian, kemudian menetapkan hipotesis awal yang merupakan dasar dari riset yang akan dilakukan dan diuji kebenarannya di tahapan selanjutnya.

3.8. Membuat Pertanyaan Dasar

Pertanyaan dasar merupakan pertanyaan yang muncul atas keraguan atau ketidaktahuan informasi dari hipotesis yang sudah ditetapkan. Pertanyaan dasar dibuat dan kemudian akan dicoba dijawab melalui data sekunder yang didapatkan dari tahapan berikutnya. Untuk pertanyaan yang belum terjawab melalui data sekunder, maka pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai pertanyaan untuk kuesioner penelitian yang sekaligus menjawab pertanyaan dasar.

3.9. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan untuk mendukung informasi dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Data sekunder antara lain meliputi Statistik demografi, studi ilmiah, survei media, informasi paten dan merek dagang, informasi legal, spesifikasi dan harga, dan informasi lainnya.

3.10. Pertanyaan Tambahan

Pertanyaan tambahan muncul dari informasi lanjutan yang ingin diketahui setelah pertanyaan dasar terjawab, ataupun dari data sekunder yang belum menjawab pertanyaan dasar. Selanjutnya pertanyaan tambahan akan diolah menggunakan metode yang memungkinkan atau pertanyaan tambahan tersebut akan disusun dan dimasukkan kedalam pertanyaan kuesioner

3.11. Memeriksa Hipotesis

Setelah memperoleh data – data yang dicari melalui data sekunder maka dilakukan pemeriksaan hipotesis awal yang sudah ditetapkan. Pemeriksaan ini dilakukan untuk menunjukkan apakah hipotesis yang sudah dibuat masih valid atau tidak. Jika hipotesis masih valid, maka hipotesis tersebut dapat digunakan

hingga akhir riset dilakukan. Jika hipotesis tidak valid atau perlu ada penambahan, maka perlu ditetapkan hipotesis yang baru untuk kelanjutan proses riset.

3.12. Penjabaran Kompetensi

Penjabaran kompetensi digunakan untuk mengetahui kelebihan maupun kekurangan dari gagasan untuk memulai usaha baru kuliner Gebyur Keju dari usaha yang memiliki produk sejenis, serta informasi penting lainnya yang diketahui setelah menjalankan usaha Gebyur Keju.

3.13. Penjabaran Kompetisi

Tahapan ini menjabarkan bagaimana kondisi persaingan atau kompetisi usaha Gebyur Keju dengan kompetitor yang ada, meliputi kondisi secara umum, detail produk, strategi pemasaran yang dipakai, dan sebagainya. Penjabaran kompetisi ini dilakukan untuk dapat menentukan persiapan seperti kombinasi menu, perbaikan resep, strategi pemasaran yang akan digunakan, dan sebagainya yang nantinya akan direalisasikan sebagai dasar persaingan dalam memulai usaha baru Gebyur Keju.

3.14. Pembuatan Kuesioner

Pembuatan kuesioner dilakukan dengan menyusun pertanyaan yang sesuai dengan topik penelitian ataupun hal lain sebagai data primer yang ingin didapatkan dalam memulai usaha baru Gebyur Keju. Pertanyaan kuesioner yang dicantumkan berdasarkan pertanyaan dasar yang belum terjawab maupun pertanyaan tambahan dari data sekunder yang belum dianalisis,

3.15. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan di daerah Kabupaten Sleman DIY, dengan metode *convenience sampling*. Responden yang diberikan kuesioner adalah responden yang sekiranya sesuai dengan kriteria target *customer* pada lembar kerja riset.

3.16. Analisis Data

Setelah mendapatkan data dari penyebaran kuesioner maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut guna mendapatkan hasil analisis yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dilakukan riset pasar.

3.17. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah hal terakhir setelah data primer dan informasi lainnya yang didapat telah diolah dan dianalisis. Penarikan kesimpulan digunakan untuk merangkup semua hasil penting selama melakukan riset dan tindakan apa yang akan dilakukan setelah riset dilakukan serta menjawab tujuan penelitian yang sudah ditentukan.

