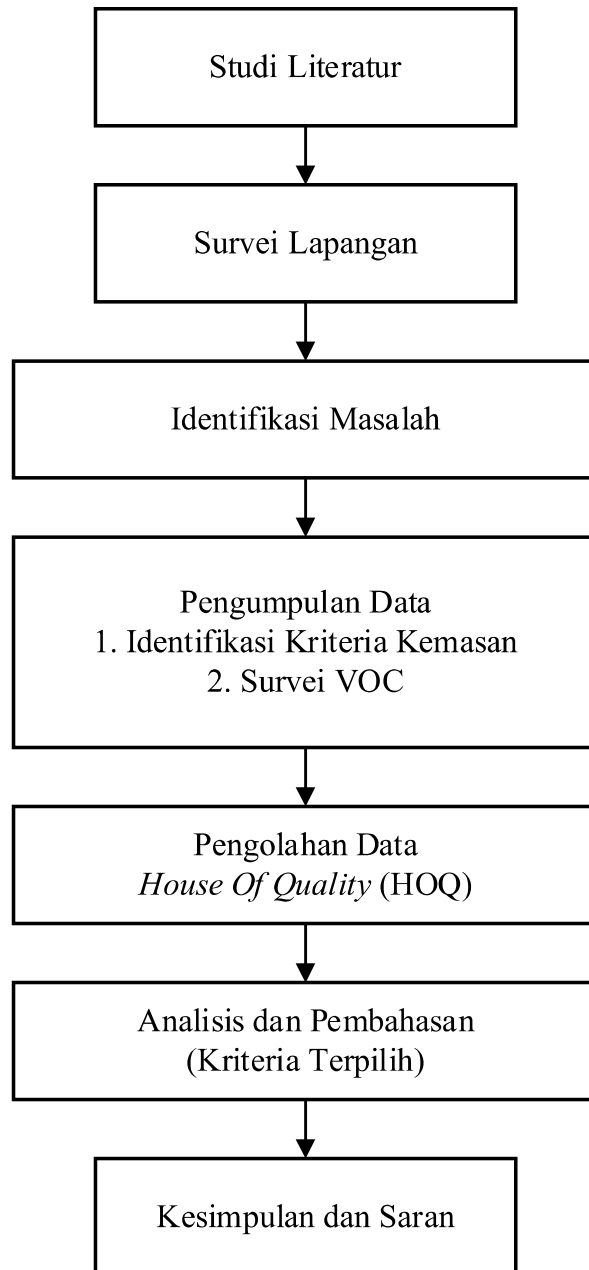


BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu bebas (*independent*) variabel dan variabel terikat (*dependent*). Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah spesifikasi atau kriteria kemasan bakso *take away* yang diinginkan oleh konsumen. Sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah desain kemasan bakso *take away*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Batam. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 jumlah masyarakat kota Batam adalah 1.196.396 jiwa.

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah konsumen bakso, teknik pengambilan sampel pada penelitian adalah teknik *simple random sampling* karena sampel yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian terhadap masyarakat kota Batam yang mengkonsumsi bakso. Dalam menentukan jumlah sampel yang diteliti, digunakan rumus metode Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.1 Metode Slovin}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

$e = \text{Derajat keyakinan} : 95\% = 0,05$

maka jumlah sampel dalam penelitian adalah $399,86 \approx 400$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terdapat beberapa teknik metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Teknik pengumpulan data tersebut adalah:

1. Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan di lapangan terhadap kemasan bakso take away yang saat ini digunakan oleh penjual bakso.

2. Survey *Voice Of Customer (VOC)*

Survey pada penelitian ini dilakukan di lapangan terhadap *Voice Of Customer (VOC)* konsumen bakso saat ini.

3.5 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian, apabila data-data semua sudah terkumpul maka akan dilakukan Analisa data dengan menggunakan metode seperti sebagai berikut:

3.5.1 Pemilihan Kriteria Desain Kemasan

Pemilihan kriteria desain kemasan diambil dari literatur dengan tiga artikel yaitu dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Pemilihan Kriteria

No	Penelitian Terdahulu	Kriteria pada Penelitian Terdahulu	Kriteria Terpilih
1	Rizaldi,M.Zulfan.dkk.2020.Perancangan Kemasan <i>Take Away</i> Bubur Ayam	1. Bahan kemasan 2. Penutup kemasan 3. Bentuk kemasan	1. Bahan kemasan 2. Penutup kemasan

	Menggunakan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).	4. Ukuran kemasan 5. Posisi informasi produk 6. Warna kemasan 7. Jenis Font	3. Bentuk kemasan 4. Ukuran kemasan 5. Warna kemasan
2	Suryadi, Taufiq. dkk. 2022. Perancangan Desain <i>Cup Holder</i> Minuman Kopi Dengan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).	1. Harga ekonomis 2. Bahan kemasan 3. Desain gambar 4. Variasi warna 5. Kenyamanan dipegang 6. Keamanan kemasan untuk dibawa 7. Handle mudah dibawa	1. Bahan kemasan 2. Variasi warna kemasan 3. Keamanan/ <i>Safety</i> kemasan 4. Handle mudah dibawa
3	Trahazura, Reizva. dkk. 2017. Perancangan Kemasan Baru Ayam Geprek Beringas Menggunakan Metode <i>Quality Function Deployment</i> .	1. Warna kemasan 2. Bahan kemasan 3. Bentuk kemasan 4. Ukuran kemasan 5. Posisi merek/logo 6. Desain kemasan 7. Tata letak label 8. Jenis huruf 9. Mencantumkan informasi	1. Warna kemasan 2. Bahan kemasan 3. Bentuk kemasan 4. Ukuran kemasan 5. Tata letak label/ <i>Spacing</i>

3.5.2 Voice Of Customer (VOC)

Informasi tentang kriteria desain kemasan bakso diperoleh dari kriteria terpilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen bakso. Kriteria desain kemasan yang diinginkan konsumen dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2 *Voice Of Customer (VOC)*

No	Kriteria desain kemasan
1	Bentuk Kemasan
2	Bahan Dasar Kemasan
3	Warna Kemasan
4	<i>Spacing</i> label area kemasan
5	<i>Safety</i> Kemasan
6	Penutup Kemasan
7	Ukuran Kemasan
8	<i>Handle</i> Kemasan

3.5.3 House Of Quality (HOQ)

Analisis data dilakukan sesuai dengan bagian-bagian pada *Quality Function Deployment (QFD)* yang tergambar melalui *House Of Quality (HOQ)*.

Bagian-bagian *QFD* pada *HOQ* yaitu:

1) *Kebutuhan konsumen (customer needs)*

Penelitian berisi tentang data dari responden yang merupakan suara konsumen dalam input *HOQ*. Metode identifikasi kebutuhan konsumen dilakukan dengan cara observasi dan *Voice Of Customer (VOC)*.

2) *Technical response*

Matriks ini memuat karakteristik teknis yang merupakan bagian preneliti akan melakukan penerapan metode yang mungkin untuk direalisasikan dalam usaha memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

3) *Relationships*

Relationships terdiri dari hubungan antara respon teknis dengan atribut kebutuhan kosumen. Dalam penelitian ini kekuatan hubungan keduanya mempunyai tiga kriteria yaitu dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Simbol Matriks *Relationship*

Simbol	Deskripsi	Hubungan	Nilai
●	Lingkaran Hitam Penuh	Kuat	9
○	Lingkaran Tengah Kosong	Sedang	3
▽	Segitiga Terbalik	Lemah	1

4) Korelasi respon teknis (*technical correlations*)

Korelasi respon teknis berisikan tentang hubungan antara masing-masing respon teknis, terdapat tiga kriteria antar korelasi spesifikasi teknis yang satu terhadap spesifikasi teknis lainnya yaitu dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Matriks Korelasi

Simbol	Korelasi
+	Kuat
-	Lemah
	Tidak Ada

5) Matriks teknik (*technical matrix*)

Technical matrix menjelaskan tiga informasi sebagai berikut:

1. Kontribusi (*contribution*) menunjukkan kekuatan respon teknis pada keseluruhan kepuasan konsumen. Kontribusi menentukan prioritas dari respon produsen terhadap respon konsumen, sedangkan *normalized contribution* menunjukkan persentase nilai kontribusi.
2. *Benchmarking* adalah mencari suatu industri yang paling bagus praktiknya sehingga menghasilkan kinerja (*performance*) yang paling baik. *Benchmarking* merupakan cara untuk mengetahui tingkat respon teknis yang dilakukan pesaing.
3. *Targeting* merupakan tujuan yang ingin dicapai perusahaan untuk dapat memenuhi tingkat kebutuhan konsumen dengan menggunakan respon teknis yang dimiliki.

6) *Planning matrix*

Matriks ini berisi tingkat kepentingan produk bagi konsumen (*importance to customer*), tingkat kepuasan konsumen terhadap desain kemasan bakso (*customer satisfaction performance*), tingkat kepuasan konsumen terhadap pesaing (*competitive satisfaction performance*), *goal, improvement ratio, sales point, raw weight, dan normalized weight*.

$$AI = \sum(ILTR \times NH) \dots\dots\dots \mathbf{Rumus\ 3.2\ Absolute\ Importance}$$

Keterangan:

ILTR = *Importance level* yang berhubungan dengan *technical responses*

NH = Nilai hubungan

$$RI = \frac{NATR}{\sum(AI\ semua\ TR)} \dots\dots\dots \mathbf{Rumus\ 3.3\ Relative\ Importance}$$

Keterangan:

NATR = Nilai *absolute* untuk setiap 1 item TR

TR = *Technical Responses*

3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan, yaitu dimulai dari bulan Agustus 2022 sampai bulan Januari 2023.

No	Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pemilihan Topik&Judul																								
2	BAB I																								
3	BAB II																								
4	BAB III																								
5	Pengumpulan Data Penelitian																								
6	BAB IV																								
7	Pengolahan Data																								
8	Analisis dan Pembahasan																								
9	Pemilihan Jurnal Penelitian																								

Gambar 3.2 Jadwal Penelitian