

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Model dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2007: 11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Penelitian ini bersifat deskriptif karena mendeskripsikan tentang kreativitas dari *coffee presentation*. Dalam penelitian ini, penyusun akan mengungkap gambaran tentang kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta.

Penilaian kreativitas *coffee presentation* menggunakan pendekatan produk kreatif dengan melihat pada tampilan *coffee presentation* atau gambaran hasil penyajian minuman kopi. Pendekatan ini dipandang sebagai pendekatan yang paling gamblang untuk menentukan tingkat kreativitas dan kualitas dari *coffee presentation*. Proses identifikasi kreativitas dilakukan melalui pendekatan obyektif yaitu terhadap produk dan pertimbangan subyektif oleh pakar dibidangnya. Produk kreatif yang berupa hasil *coffee presentation* diteliti berdasarkan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa usaha jasa boga *coffeeshop* di daerah kota Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli s.d. Desember 2017.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta untuk melahirkan sesuatu yang baru berupa *coffee presentation* yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini, untuk mengukur kreativitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta, peneliti menggunakan pendekatan analisis obyektif terhadap produk yang dihasilkan dan pendekatan subyektif oleh peneliti atau panel ahli dengan berdasarkan kriteria CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*) yaitu: (1) kebaruan (*novelty*), (2) pemecahan (*resolution*), serta (3) kerincian (*elaboration*) dan sintesis.

2. Kualitas

Kualitas adalah kemampuan usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta untuk memenuhi atau melebihi spesifikasi / harapan dari konsumen dalam hal *coffee presentation*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aspek visual yaitu warna, penampilan, porsi, dan bentuk sebagai indikator yang digunakan untuk mengetahui kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta

3. *Coffee Presentation*

Coffee presentation adalah suatu cara dalam menyuguhkan minuman kopi kepada konsumen/para tamu untuk di minum secara keseluruhan yang berisikan komposisi yang di atur dan telah disesuaikan dengan permainan warna, bentuk, penampilan dan porsi serta seni *latte art* yang di susun secara menarik agar dapat menambah nafsu makan.

4. Usaha jasa boga *coffeeshop*

Usaha jasa boga *coffeeshop* adalah satu jenis usaha dibidang pengolahan dan pelayanan kuliner yang menyediakan serta menghadirkan makanan dan minuman dengan cepat, ringkas, dan tidak memerlukan tatacara penyajian yang khusus dan dapat dikategorikan sebagai pelayanan informal. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, dari 44 *coffeeshop* yang terdapat di Kota Yogyakarta, *coffeeshop* yang memenuhi kriteria dan klasifikasi *coffeeshop* yang memiliki mesin kopi *espresso* dan mampu menampilkan seni *latte art* serta memiliki rekomendasi yang baik dalam industri *coffeeshop* yaitu tersaring sebanyak 10 *coffeeshop*.

D. Populasi dan Sample

Menurut Endang M. (2013: 9) populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha jasa boga *coffeeshop* di daerah kota Yogyakarta yang dihimpun dari situs tripadvisor pada 26 Februari 2017 yaitu sebanyak 44 *coffeeshop* (lampiran 9 ; 84)

Sedangkan sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi (Endang M, 2013: 10). Sampel dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, dari 44 *coffeeshop* yang terdapat di Kota Yogyakarta, *coffeeshop* yang memenuhi kriteria dan klasifikasi *coffeeshop* yang memiliki mesin kopi *espresso* dan mampu menampilkan seni *latte art* dan memiliki rekomendasi yang baik dalam industri *coffeeshop* yaitu tersaring sebanyak 10 *coffeeshop*. Penentuan sample menggunakan metode sampling bertujuan (*purposive sampling*).

Menurut Arikunto (2006: 138) sampling bertujuan ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau wilayah akan tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.

E. Metode Pengumpulan Data

M. Iqbal Hasan (2002: 83) menjelaskan pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan, atau karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data berupa observasi.

Pengukuran kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta menggunakan metode observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian dalam penelitian ini objek penelitian adalah usaha jasa

boga *coffeeshop* di Yogyakarta. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar pengamatan dan penilaian berbentuk cek list, untuk melihat kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta. Data yang diperoleh berupa data dua nominal yaitu “ya” dan “tidak” sehingga akan didapatkan hasil data yang tegas dengan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data yang akurat, sehingga untuk mengukurnya diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur sehingga dapat menghasilkan data yang kuantitatif (Sugiyono, 2008:133).

Instrumen penelitian mempunyai kegunaan untuk memperoleh data yang diperlukan ketika peneliti sudah menginjak pada langkah pengumpulan informasi di lapangan (Sukardi, 2003: 75) Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik yaitu lebih cermat, lengkap dan sistimatis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen penelitian mempunyai kegunaan untuk memperoleh data yang diperlukan ketika peneliti sudah menginjak pada langkah pengumpulan informasi di lapangan. Pada penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan

selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif.

Dalam penelitian ini digunakan lembar pengamatan dan penilaian berbentuk checklist, dikarenakan pengetahuan dan pengalaman responden yang berbeda-beda serta untuk menghindari informasi yang meluas. Lembar pengamatan dan penilaian digunakan untuk mengetahui kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta. Aspek yang dinilai dengan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*) yaitu : (1) kebaruan (*novelty*), (2) pemecahan (*resolution*), serta (3) kerincian (*elaboration*) dan sintesis. Berikut skoring penilaian responden.

Tabel 1. Skoring Penilaian Lembar Pengamatan dan Penilaian

| Alternatif Jawaban | Skor | |
|--------------------|---------|---------|
| | Positif | Negatif |
| Ya | 1 | 0 |
| Tidak | 0 | 1 |

Penilaian dari responden dapat dibuat skor tertinggi “1” dan terendah “0”, untuk alternatif jawaban dalam lembar pengamatan dan penilaian, peneliti menetapkan kategori untuk setiap pernyataan positif, yaitu ya=1 dan tidak=0, sedangkan kategori untuk setiap pernyataan negatif yaitu ya=0 dan tidak=1. Tahap awal dari pembuatan lembar pengamatan dan penilaian adalah dengan mengumpulkan berbagai informasi yang ingin didapatkan dari responden yang kemudian dituangkan dalam kisi-kisi instrumen, setelah itu dibuat pernyataan. Adapun lembar kisi-kisi instrumen pengamatan dan penilaian kreativitas dan kualitas *coffee presentation*, yaitu :

Tabel 2. kisi-kisi instrumen pengamatan dan penilaian kreativitas dan kualitas *coffee presentation*

| Variabel | Indikator | No. Item |
|--|----------------------------------|----------|
| Kebaruan (<i>novelty</i>) 20% | Jumlah dan Luas Proses Penyajian | 1,2 |
| | Teknik Penyajian | 3,4 |
| | Konsep Penyajian | 5,6 |
| Pemecahan Masalah (<i>Resolution</i>) 20% | Kebermaknaan | 7,8 |
| | Unsur Logis | 9,10 |
| | Daya Guna | 11,12 |
| Kerincian (<i>elaboration</i>) 30% | Organis | 13,14 |
| | Kompleksitas | 15,16 |
| | Pemahaman, dapat Dipahami | 17,18 |
| | Keterampilan dan Keahlian | 19,20 |
| | Proses Pembuatan | 21,22 |
| Kualitas visual (<i>coffee presentation</i>) 30% | Warna | 23,24 |
| | Penampilan | 25,26 |
| | Bentuk | 27,28 |
| | Porsi | 29,30 |

Berdasarkan kisis-kisi instrumen penelitian tersebut untuk dapat menilai kreativitas dan kualitas *coffee presentation* maka perlu adanya pedoman penskoran untuk kriteria penilaian. Kriteria penilaian kreativitas dan kualitas *coffee presentation* adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Kriteria penilaian kreativitas dan kualitas *coffee presentation*

| Variabel | Indikator | Skor | |
|----------|----------------------------------|---|---|
| | | 0 | 1 |
| Kebaruan | Jumlah dan Luas Proses Penyajian | Jika jumlah dan luas penyajian minuman kopi terbatas dan sama seperti coffeeshop pada umumnya. | Jika jumlah dan luas penyajian minuman kopi terdapat unsur yang baru. |
| | Teknik Penyajian | Jika teknik penyajian minuman kopi yang diterapkan hanya mengikuti standar coffeeshop pada umumnya. | Jika teknik penyajian minuman kopi yang diterapkan baru. |

| Variabel | Indikator | Skor | |
|-------------------|---------------------------|---|--|
| | | 0 | 1 |
| Kebaruan | Konsep Penyajian | Jika konsep penyajian minuman kopi hanya menampilkan sesuatu yang sama seperti coffeeshop lain. | Jika konsep penyajian minuman kopi mengandung unsur yang baru baik internal maupun eksternal. |
| Pemecahan Masalah | Kebermaknaan | Jika penampilan minuman kopi kurang memenuhi kebutuhan atau tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen. | Jika penampilan minuman kopi memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. |
| | Unsur Logis | Jika penampilan minuman kopi kurang atau tidak mengikuti aturan sesuai standar internasional. | Jika penampilan minuman kopi mengikuti aturan sesuai standar internasional. |
| | Daya Guna | Jika penampilan minuman kopi yang diterapkan terlalu rumit dan susah diterapkan. | Jika penampilan minuman kopi dapat diterapkan secara praktis. |
| Kerincian | Organis | Jika minuman kopi yang dihidangkan hanya menampilkan sesuatu yang biasa. | Jika minuman kopi yang dihidangkan dapat menampilkan nilai lebih dari yang terlihat (unsur visual). |
| | Kompleksitas | Jika minuman kopi yang dihidangkan hanya menggunakan satu unsur penyajian minuman yang biasa. | Jika minuman kopi yang dihidangkan merupakan gabungan unsur penyajian minuman dalam satu tingkat atau lebih. |
| | Pemahaman, dapat dipahami | Jika minuman kopi yang dihidangkan kurang menampilkan seni latte art dan kontras warna yang jelas. | Jika minuman kopi yang dihidangkan dapat menampilkan seni latte art dan kontras warna yang jelas. |

| Variabel | Indikator | Skor | |
|-----------------|---------------------------|---|---|
| | | 0 | 1 |
| Kerincian | Keterampilan dan Keahlian | Jika minuman kopi yang dihidangkan tidak menunjukkan hasil keterampilan dan keahlian barista yang baik. | Jika minuman kopi yang dihidangkan merupakan hasil keterampilan dan keahlian barista yang baik. |
| | Proses Pembuatan | Jika minuman kopi yang dihidangkan kurang dikerjakan secara serius dan seksama oleh barista. | Jika minuman kopi yang dihidangkan dikerjakan secara seksama oleh barista. |
| Kualitas visual | Warna | Jika minuman kopi disajikan kurang memiliki kualitas dan kontras warna yang kurang baik/tidak jelas. | Jika minuman kopi disajikan dengan memiliki kualitas dan kontras warna yang baik. |
| | Penampilan | Jika minuman kopi disajikan kurang/tidak berpenampilan baik dan menarik. | Jika minuman kopi disajikan berpenampilan baik dan menarik. |
| | Bentuk | Jika minuman kopi disajikan tidak menampilkan bentuk yang menarik dalam semua aspek. | Jika minuman kopi disajikan dengan menampilkan bentuk yang menarik dalam semua aspek. |
| | Porsi | Jika minuman kopi yang dihidangkan tidak menampilkan porsi yang sesuai dengan standar jenis minuman kopi. | Jika minuman kopi yang dihidangkan memiliki tampilan porsi yang sesuai dengan standar jenis minuman kopi. |

Rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah skoring instrumen adalah :

1. Kebaruan (novelty) = $\frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 20\%$
2. Pemecahan Masalah (Resolution) = $\frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 20\%$
3. Kerincian (elaboration) = $\frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 30\%$
4. Kualitas visual *coffee presentation* = $\frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 30\%$

G. Validitas

Menurut Saifuddin Azwar (2001: 5).validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti mempunyai validitas rendah. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur (Sugiyono, 2007: 348)

Untuk mengetahui validitas isi instrumen yang telah dibuat untuk penelitian ini disusun kisi-kisi lembar pengamatan dan penilaian terlebih dahulu. Setelah itu dikonsultasikan dengan ahli pada bidang tersebut (*expert judgment*), yaitu dosen mata kuliah penyajian makanan PTBB FT UNY. Setelah validator menyatakan bahwa instrumen sudah layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengambil data, maka lembar pengamatan dan penilaian diuji cobakan kepada subyek yang telah ditunjuk

sebelumnya untuk melihat sejauh mana kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul. Setelah data terkumpul maka selanjutnya data dianalisis. Analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan. Sesuai dengan sifat dan jenis data yang diperlukan. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif dengan persentase. Analisis deskriptif adalah analisis yang dipergunakan dengan cara mengidentifikasi atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2008: 207). Teknik analisis deskriptif dengan persentase adalah suatu cara untuk mengidentifikasi kecenderungan sebaran data dari subyek atau obyek dalam penelitian dalam bentuk persen.