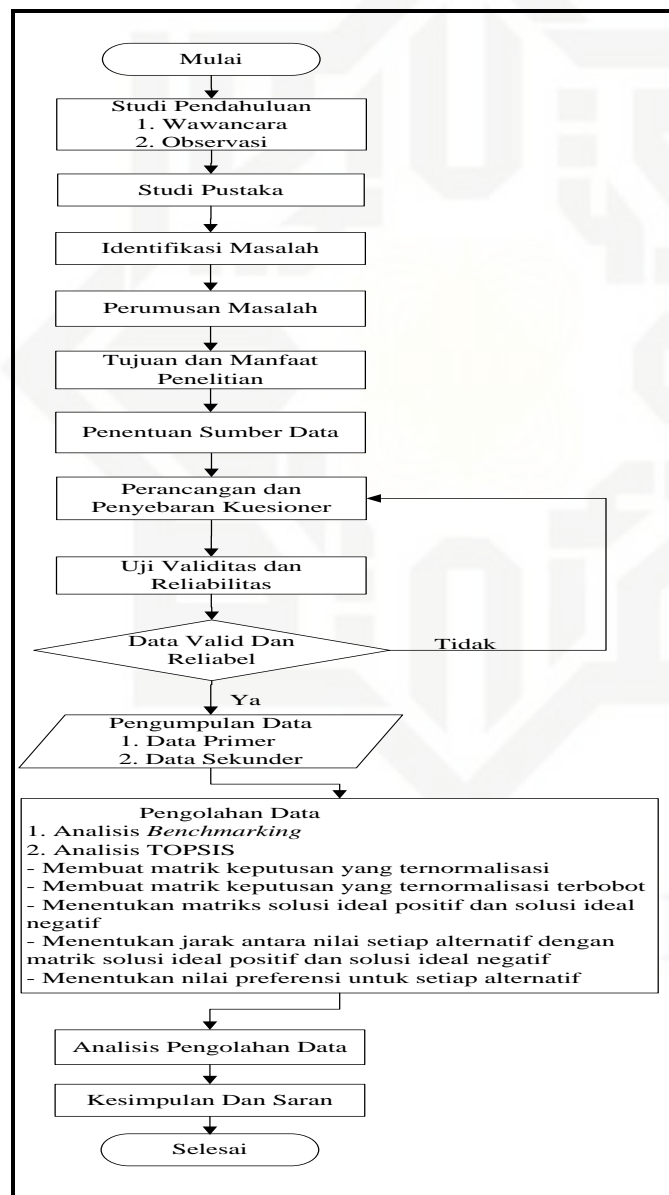


## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 *Flow chart* Penelitian

Metodologi penelitian merupakan langkah-langkah yang dibuat sebagai acuan dalam melakukan penelitian agar dapat berjalan sesuai arah yang telah ditentukan, langkah-langkah akan ditampilkan dalam bentuk *flowchart* berikut ini:



Gambar 3.1 *Flow chart* Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahapan awal yang sangat diperlukan pada penelitian ini untuk mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang akan diteliti. Studi Pendahuluan dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara (*interview*) dan observasi lapangan dengan pihak atau perusahaan terkait yang menjadi objek penelitian, dalam penelitian ini objek terkait adalah UKM Kerupuk Bandung Nineung.

#### 1. Wawancara

Pada langkah ini peneliti melakukan wawancara pada pemilik usaha Kerupuk Bandung Nineung. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai penyebab permasalahan penurunan pendapatan yang terjadi pada UKM Kerupuk Bandung Nineung.

#### 2. Observasi

Melakukan observasi atau studi pendahuluan bertujuan untuk mengetahui kondisi *real* perusahaan, dalam hal ini adalah UKM Kerupuk Bandung Nineung yang beralamatkan di Jalan Parit Indah Perumahan Griya Bintan, Kelurahan Tangkerang Timur, Pekanbaru, khususnya pada bagian pemasaran dan kebutuhan konsumen. Kemudian peneliti juga melakukan peninjauan pada usaha yang menjadi pesaing dari UKM Kerupuk Bandung Nineung yaitu kerupuk Daru-daru, serta untuk mengetahui keunggulan daya saing yang dimiliki Kerupuk Bandung Nineung dibandingkan pesaing. Dari studi pendahuluan lapangan ini diharapkan diperoleh suatu metode yang tepat dalam menangani masalah yang terjadi. Selain itu juga, studi pendahuluan lapangan ini untuk mengetahui data-data apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian Tugas Akhir ini.

### 3.3 Studi Pustaka

Melakukan studi pustaka untuk memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan dan metode yang tepat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan. Studi Pustaka juga dilakukan melalui referensi-referensi dari penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan permasalahan atau kesamaan

metode penyelesaian sehingga dapat digunakan sebagai pedoman dalam penelitian. Adapun referensi yang dibutuhkan adalah konsep teknik pemasaran, strategi pemasaran, analisis *Benchmarking* dan Metode *Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution* (Topsis).

### 3.4 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan wawancara pada pemilik usaha dan penyebaran kuesioner pendahuluan, serta didukung oleh teori-teori dan konsep yang relevan maka dapat diketahui, permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut yaitu, penurunan pendapatan yang diperoleh Kerupuk Bandung Nineung serta bertambahnya pesaing dengan produk yang sejenis pada usaha tersebut. Setelah dapat mengumpulkan data-data mengenai masalah yang terjadi pada Kerupuk Bandung Nineung, maka selanjutnya akan dianalisa inti dari permasalahan yang akan diteliti.

### 3.5 Perumusan masalah

Perumusan masalah merupakan masalah utama yang akan diteliti untuk menetapkan tujuan penelitian yang akan dicapai. Perumusan masalah berisi tentang apa yang sedang kita lakukan dalam penelitian. Tujuan dari perumusan masalah adalah untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka didapatlah suatu permasalahan yaitu pemilihan strategi pemasaran produk UKM Kerupuk Bandung dengan menggunakan metode *benchmarking* dan Topsis agar dapat meningkatkan pendapatan.

### 3.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Untuk menyikapi permasalahan yang ada maka perlu menetapkan tujuan dari penelitian, agar dapat menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui keunggulan yang dimiliki pesaing pada analisis *benchmarking* yang dilakukan di Kerupuk Bandung Nineung.
2. Merancang ulang strategi pemasaran terpilih untuk meningkatkan pendapatan

Kerupuk Bandung Nineung dengan menggunakan metode topsis

Manfaat penelitian terbagi atas dua yaitu bagi perusahaan sebagai bahan masukan untuk menjadi pertimbangan dalam perencanaan, penetapan strategi dan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan pemasaran Kerupuk Bandung Nineung. Bagi peneliti dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu strategi pemasaran serta menambah wawasan dalam memahami ilmu Teknik Industri dan dapat menjadi bahan referensi pengembangan ilmu yang berkaitan dengan *benchmarking* dan Topsis ataupun pembandingan untuk penelitian selanjutnya

### 3.7 Penentuan Sumber Data

Sebelum melakukan penyusunan kuesioner terlebih dahulu yang harus dilakukan ialah menentukan siapa yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian. Agar data yang didapat nantinya akurat dan sesuai, yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah orang-orang yang membeli Kerupuk Bandung Nineung. Dan sampelnya yaitu beberapa konsumen pada Kerupuk Bandung Nineung.

Pada penelitian ini masyarakat atau konsumen yang membeli Kerupuk Bandung Nineung tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung sampel minimum, teknik sampling yang digunakan adalah formula *Lemeshow*. Formula *Lemeshow* digunakan untuk populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- z = skor z pada kepercayaan 95 % =1,96
- P = maksimal estimasi =0,5
- d = Alpha (0.10) atau *sampling error* =10 %

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sehingga,

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 96$$

Maka sampel yang perlu diambil adalah 96 responden

### 3.8 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Penyusunan kuesioner dilakukan untuk memilih pertanyaan-pertanyaan yang akan disajikan dalam kuesioner agar pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden mudah dimengerti. Pada pembuatan kuesioner juga harus dilihat sesuai dengan apa yang kita teliti. Berikut ini merupakan bentuk indikator yang akan digunakan pada analisis *Benchmarking*:

Tabel 3.1 Indikator Metode *Benchmarking*

<i>Benchmarking</i>	Jawaban				
	SS	S	CS	TS	SS
<b>Produk</b>					
1. Memiliki kualitas produk yang baik					
2. Produk memiliki rasa yang enak					
3. Kemasan produk yang menarik					
4. Aroma tidak menyengat					
5. Pencantuman komposisi produk					
6. Memiliki lambang halal yang sesuai dengan standar majelis ulama Indonesia					
7. Produk setengah jadi mudah didapatkan di segmen pasar					
<b>Harga</b>	Jawaban				
	SS	S	CS	TS	SS
1. Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan					

(Sumber: Pengumpulan Data, 2017)

Tabel 3.1 Indikator Metode *Benchmarking* (Lanjutan)

<b>Benchmarking</b>	<b>Jawaban</b>				
<b>Harga</b>	<b>Jawaban</b>				
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>
2. Potongan harga jika membeli produk dalam jumlah yang banyak					
3. Harga yang terjangkau serta ekonomis					
<b>Promosi</b>	<b>Jawaban</b>				
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>
1. Promosi dari mulut ke mulut					
2. Promosi dengan menggunakan media cetak					
3. Promosi dengan menggunakan media sosial melalui FB, BBM, WA dan lainnya					
<b>Lokasi</b>	<b>Jawaban</b>				
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>
1. Lokasi UKM kerupuk Nineung ini dapat dijangkau dengan mudah					
2. Lokasi UKM kerupuk Nineung ini berada ditempat yang Strategis yaitu ditepi jalan lintas					
<b>People atau Pelayanan</b>	<b>Jawaban</b>				
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>
1. Pekerja UKM kerupuk Nineung Ramah dalam pelayanan terhadap konsumen pada proses pembelian					
2. UKM kerupuk Nineung mendengarkan keluhan dan segera mengambil tindakan atas keluhan anda					
<b>Lingkungan Fisik/bukti fisik</b>	<b>Jawaban</b>				
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>
1. Fasilitas yang diberikan UKM Kerupuk Nineung sudah memadai (parkir, kursi tunggu, dll)					
<b>Proses</b>	<b>Jawaban</b>				
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>
1. Secara keseluruhan pelayanan yang diberikan UKM Kerupuk Nineung ini cukup baik dan cepat, baik itu dalam proses pembelian dll.					

(Sumber: Pengumpulan Data, 2017)

Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen UKM Kerupuk Bandung Nineung dan Kerupuk Daru-daru. Data hasil kuesioner *benchmarking* akan menjadi pendukung pengambilan strategi pemasaran yang nantinya terpilih dari hasil analisis perhitungan metode Topsis.

Nilai bobot setiap kriteria yaitu nilai preferensi telah ditetapkan oleh perusahaan. Setiap bobot kriteria ditentukan berdasarkan tingkat kepentingannya menurut pengambil keputusan yaitu pemilik UKM Kerupuk Bandung Nineung. Bobot yang didapatkan nantinya akan menjadi *input* untuk penentuan peringkat strategi terbaik dari hasil *benchmarking* dengan metode Topsis. Adapun bobot preferensi yang diberikan perusahaan untuk setiap kriteria ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel.3.2 Bobot Preferensi dari UKM Kerupuk Bandung Nineung

NO	Kode	Kriteria	Bobot
1	C1	Kemampuan Manajemen	
2	C2	Kualitas Produk yang Baik (Rasa, Tekstur, Aroma, Minyak)	
3	C3	Pelayanan yang Baik	
4	C4	Ketepatan Waktu Pengiriman	
5	C5	Potongan Harga	
6	C6	Kemasan Menarik, Rapi dan Tidak Hancur	
7	C7	Pencantuman Komposisi Produk dan Label Halal MUI	
8	C8	Tempat Pembuatan Bersih dan Higienis	

(Sumber : Pengumpulan Data, 2017)

Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Penskalaan dilakukan untuk mengukur atribut atau karateritik suatu pernyataan. Skala ini menggunakan ukuran ordinal sehingga dapat membuat *rangking* yaitu:

Tabel.3.3 Skala Penelitian

Skala	Bobot
Sangat Penting (SP)	5
Penting (P)	4
Cukup Penting (CP)	3
Tidak Penting (KP)	2
Sangat Tidak Penting (TP)	1

(Sumber : Pengumpulan Data, 2017)

### 3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum menyebarkan kuesioner, terlebih dahulu penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk mengukur kekuatan kuesioner yang dibuat agar bisa digunakan dalam penelitian.

### 3.9.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan antara  $r$  hitung terhadap  $r$  tabel, yang diolah dengan bantuan *software* SPSS 17.0, sebelum kuesioner ditanyakan valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji terlebih dahulu, yaitu dengan metode *pre test* responden yang diuji adalah sebanyak 30 untuk konsumen Kerupuk Bandung Nineung dan Kerupuk Daro-daro jumlah ini sudah mencukupi. Validitas merupakan alat ukur untuk melihat atau mengetahui apakah kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden sebenarnya. Beberapa pernyataan ada yang tidak valid ketika melakukan penyebaran kuesioner awal, diantaranya pada indikator produk, harga dan promosi yaitu:

1. Pada kuesioner awal pernyataan indikator produk nomor dua adalah “kualitas produk (kerupuk) baik pada rasa” mendapatkan  $0,233 < 0,3061$  sehingga pernyataan tersebut tidak valid. Artinya, responden tidak memahami maksud pernyataan pada kuesioner kerupuk yang baik dari segi rasa, masih menimbulkan pertanyaan yang tidak jelas atau kalimatnya ambigu, sehingga dirancang ulang pernyataan pada kuesioner yaitu “produk memiliki rasa yang enak” dengan hasil dinyatakan valid  $0,843 > 0,3061$ .
2. Pada kuesioner awal pernyataan indikator produk nomor tiga adalah “produk (kerupuk) dikemas dengan baik” mendapatkan  $0,292 < 0,3061$  sehingga pernyataan tersebut tidak valid. Artinya, responden tidak memahami maksud pernyataan pada kuesioner kerupuk yang baik dari segi kemasan, rapi atau tidak. Karena masih menimbulkan pertanyaan yang tidak jelas atau kalimatnya ambigu, sehingga dirancang ulang pernyataan pada kuesioner yaitu “Kemasan produk (kerupuk) yang menarik” dengan hasil dinyatakan valid  $0,695 > 0,3061$ .
3. Pada kuesioner awal pernyataan indikator produk nomor empat adalah “kualitas produk (kerupuk) baik pada aroma” mendapatkan  $0,221 < 0,3061$  sehingga pernyataan tersebut tidak valid. Artinya, responden tidak memahami maksud pernyataan pada kuesioner kemasan kerupuk yang baik dari segi aroma, aroma yang menyengat atau aroma lainnya. Sehingga



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masih menimbulkan pertanyaan yang tidak jelas atau kalimatnya ambigu. Setelah dirancang ulang pernyataan pada kuesioner yaitu “aroma tidak menyengat” dengan hasil  $0,584 > 0,3061$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

4. Pada kuesioner awal pernyataan indikator harga nomor tiga adalah “harga produk sesuai pasar” mendapatkan  $0,169 < 0,3061$  atau tidak valid. Artinya responden tidak mengerti produk sesuai dengan harga pasar murah atau tidak, maka masih menimbulkan pertanyaan yang tidak jelas atau kalimatnya ambigu, sehingga dirancang ulang pernyataan pada kuesioner yaitu “harga terjangkau dan ekonomis” dengan hasil dinyatakan valid  $0,761 > 0,3061$ .
5. Pada kuesioner awal pernyataan indikator promosi nomor satu adalah “promosi secara langsung” mendapatkan  $0,035 < 0,3061$  atau tidak valid. Artinya, responden tidak memahami maksud promosi secara langsung yang dilakukan perusahaan, responden menduga-duga promosi ini dilakukan oleh perusahaan dengan membagikan kerupuk secara gratis atau promosi yang dilakukan dengan membagikan selebaran kertas, karena masih menimbulkan pertanyaan yang tidak jelas atau kalimatnya ambigu, sehingga dirancang ulang pernyataan pada kuesioner yaitu “promosi dari mulut ke mulut” dengan hasil  $0,525 > 0,3061$  dan dinyatakan valid.

Hasil penyebaran kuesioner yang telah valid dari semua indikator pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Pre Test* Kuesioner *Benchmarking* Kerupuk Nineung

UKM	Pernyataan	<i>Benchmarking</i>		
		r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kerupuk Bandung Nineung	1	0,865	0,3061	Valid
	2	0,843	0,3061	Valid
	3	0,695	0,3061	Valid
	4	0,584	0,3061	Valid
	5	0,729	0,3061	Valid
	6	0,563	0,3061	Valid
	7	0,682	0,3061	Valid

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2017)

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Pre Test* Kuesioner *Benchmarking* Kerupuk Nineung (Lanjutan)

UKM	Pernyataan	<i>Benchmarking</i>			
		r Hitung	r Tabel	Keterangan	
Kerupuk Bandung Nineung	8	0,964	0,3061	Valid	
	9	0,982	0,3061	Valid	
	10	0,761	0,3061	Valid	
	11	0,525	0,3061	Valid	
	12	0,612	0,3061	Valid	
	13	0,729	0,3061	Valid	
	14	0,570	0,3061	Valid	
	15	0,963	0,3061	Valid	
	16	0,729	0,3061	Valid	
	17	0,885	0,3061	Valid	
	18	0,982	0,3061	Valid	
	19	0,845	0,3061	Valid	
	Kerupuk Daru-Daru	1	0,765	0,3061	Valid
		2	0,760	0,3061	Valid
		3	0,663	0,3061	Valid
		4	0,679	0,3061	Valid
		5	0,638	0,3061	Valid
		6	0,983	0,3061	Valid
		7	0,987	0,3061	Valid
8		0,973	0,3061	Valid	
9		0,987	0,3061	Valid	
10		0,654	0,3061	Valid	
11		0,702	0,3061	Valid	
12		0,938	0,3061	Valid	
13		0,922	0,3061	Valid	
14		0,704	0,3061	Valid	
15		0,885	0,3061	Valid	
16		0,986	0,3061	Valid	
17		0,976	0,3061	Valid	
18		0,983	0,3061	Valid	
19		0,977	0,3061	Valid	

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2017)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner yang digunakan relatif konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih pada responden yang berbeda. Reliabilitas kuesioner berkaitan dengan skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran. Metode yang digunakan untuk pengujian reliabilitas, dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Alpha Cronbach* yang didapat dengan bantuan *Software SPSS 17*. Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas, maka digunakan kriteria berikut:

1. Kurang dari 0,2 : Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
2. 0,2 - <0,4 : Sangat kecil (tidak erat)
3. 0,4 - <0,7 : Hubungan cukup erat
4. 0,7 - < 0,9 : Erat (*reliable*)
5. 0,9 - < 1,0 : Sangat erat
6. 1 : Sempurna

Adapun hasil pengolahan *Software SPSS 17* nilai *Alpha Cronbach* dapat dilihat pada Tabel 3.5 seperti berikut.

Tabel 3.5 Hasil Reliabilitas *Benchmarking* Nineung

UKM	<i>Cronbach Alpha</i>	N of item	Keterangan
Kerupuk Bandung Nineung	0,791	19	Erat ( <i>Reliable</i> )
Kerupuk Daru-daru	0,841	19	Erat ( <i>Reliable</i> )

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2017)

### 3.10 Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan dengan dua jenis pengumpulan data yaitu:

1. Data Primer

Data primer ini diperoleh dari survei lapangan yang dilakukan peneliti, yaitu observasi dan wawancara kepada karyawan dan pemilik usaha Kerupuk Bandung Nineung dan usaha pesaing. Adapun yang menjadi *benchmark* Kerupuk Bandung Nineung yaitu Kerupuk Daru-daru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Data Sekunder

Data ini didapat dari berkas-berkas perusahaan, misalnya profil perusahaan, data penjualan mendukung dalam penelitian. Adapun proses pembuatan kerupuk Bandung Nineung dengan bahan-bahan sebagai berikut:

- a. Tepung Kanji
- b. Tepung Terigu
- c. Ikan
- d. Garam
- e. Gula
- f. Air
- g. Penyedap Rasa

Bahan-bahan tersebut adalah bahan pokok yang digunakan untuk membuat kerupuk Bandung Nineung, adapun cara pembuatan kerupuk Bandung Nineung ini adalah sebagai berikut:

- a. Campurkan ikan yang sudah dihaluskan serta bahan-bahan bumbu lainnya seperti penyedap rasa, garam, dan gula pasir. Campur dengan kedua jenis tepung diatas tersebut dan tuangkan air sedikit-sedikit sambil di remas-remas dengan tangan hingga tercampur rata (diuleni hingga merata).
- b. Jika adonan sudah jadi untuk membentuk kerupuk, masukkan adonan kedalam *plastic* yang sudah dibolongi ujungnya dan dibentuk menyerupai mawar.
- c. Kukus adonan yang telah dibentuk
- d. Jemur kerupuk yang telah dikukus sampai benar-benar kering sehingga apabila di goreng kerupuknya mengembang sempurna
- e. Proses Penggorengan Kerupuk
- f. Proses pengepakan kerupuk yang dilakukan oleh pekerja pada usaha kecil menengah Kerupuk Bandung Nineung
- g. Kerupuk yang siap untuk dijual



### 3.11 Pengolahan Data

Setelah data yang diinginkan sudah cukup kemudian dilakukan pengolahan data.

#### 1. Pengolahan data dengan *Benchmarking*

*Benchmarking* yang dilakukan pada Kerupuk bandung Nineung dan Kerupuk Daru-daru yaitu melihat dari segi produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, lingkungan fisik dan proses. Analisa data menggunakan *Benchmarking* dilakukan dengan lima tahapan pengerjaan yaitu:

- a. *Plan*
- b. *Search*
- c. *Observe*
- d. *Analyze*
- e. *Adapt.*

#### 2. Pengolahan data dengan Topsis

Adapun prosedur langkah-langkah dalam pengerjaan metode Topsis. Dimensi tertinggi atas keinginan konsumen akan digunakan sebagai pendukung dalam mengambil dan menerapkan strategi pemasaran terpilih hasil dari metode Topsis. Adapun langkah dalam pengerjaan Topsis adalah sebagai berikut:

- a. Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi  
Konversi matriks dengan keputusan alternatif  $m$  dan  $n$  kriteria untuk sebuah matriks berdimensi ( $x_{ij}$  adalah nilai  $I$  dengan alternatif dalam kriteria  $j$ )  $R_{ij} = x_{ij} / (i = 1, \dots, m ; j = 1, \dots, n)$ .
- b. Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi terbobot  
Menentukan bobot untuk setiap kriteria  $w_j$  for  $j = 1, \dots, n$ . Mengalikan setiap kolom dari matriks keputusan yang dinormalisasi dengan berat yang terkait. Dengan melakukan perhitungan untuk nilai  $V_{ij}$  tertimbang sebagai berikut :  $V_{ij} = w_j x_{ij}$ ,  $i = 1, \dots, m ; j = 1, \dots, n$ . Dimana  $w_j$  adalah bobot dari kriteria  $j$ .
- c. Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal *negative*  $V_{j+}$  dan  $V_{j-}$  adalah nilai normalisasi terbobot terbaik dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terburuk dari semua alternatif berdasarkan kriteria j. Dari rumus diatas dapat dijelaskan J adalah set dari atribut keuntungan dimana  $J^+$  adalah set dari atribut biaya.

- d. Menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif. Melakukan perhitungan dengan menggunakan metode perhitungan jarak.
- e. Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif

### 3.12 Analisis Pengolahan Data

Analisa data bertujuan untuk membahas dan menjelaskan hasil yang diperoleh dari pengolahan data. Analisa hasil data ini bertujuan untuk membahas dan menjelaskan serta menjawab pertanyaan dari perumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Analisa dilakukan pada *benchmarking* atas keinginan konsumen dengan strategi terpilih berdasarkan pengolahan menggunakan metode Topsis.

### 3.13 Kesimpulan dan Saran

Hasil akhir dari sebuah penelitian adalah kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian. Setelah membuat kesimpulan kemudian dibuat saran yang bertujuan sebagai masukan kepada pihak perusahaan agar dapat meningkatkan pemasaran produk.