

BAB III

METODE PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

A. Desain Pengembangan

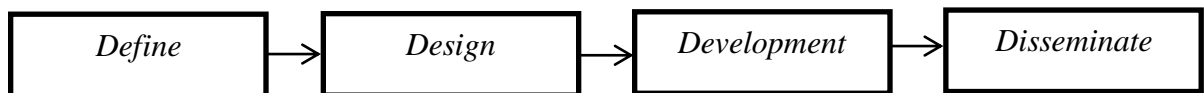
Metode penelitian yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah *Research and Development* atau R & D. Adapun R & D sendiri merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut.¹ Selain itu R & D juga dapat dikatakan sebagai metode penelitian yang secara sengaja, sistematis, bertujuan atau diarahkan untuk mencari temuan, merumuskan, memperbaiki, mengembangkan, menghasilkan, menguji keefektifan produk, model, metode/strategi/cara, jasa, prosedur tertentu yang lebih unggul, baru, efektif, efisien, produktif dan bermakna². Penelitian ini dimaksudkan untuk mengembangkan UMKM melalui media *website* maka metode yang dapat dilakukan melalui metode R&D(*Research and Development*) pada proses penelitian mengenai pengembangan *E-book* di Watungkumpul.

Pengembangan yang dilakukan adalah pengembangan media untuk keberadaan UMKM berbasis teknologi, yang dilakukan untuk mempermudah pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

¹Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 407

²Nusa Putra, Research and Development Penelitian dan Pengembangan Suatu Pengantar (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.67

Langkah-langkah pengembangan yang digunakan berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Four-Dmodels* oleh Thiagarajan. *Four-D* ini sendiri terdiri dari 4 tahapan yaitu *Define* atau pendefinisian, *Design* atau perancangan, *Development* atau pengembangan dan *Disseminate* atau tahap penyebaran.³ Namun pada penelitian ini hanya sampai pada tahap 3D karena produk pengembangan tidak disebarakan.



Gambar 3.1 Siklus 3D

Adapun tahap 3 D tersebut adalah *Define* (Pendefinisian), *Design*(Perencanaan), dan *Development* (Pengembangan).

1. Pendefinisian (*Define*)

Pada tahap analisis merupakan suatu proses mendefinisikan apa yang akan dipelajari oleh peserta belajar, yaitu melakukan analisisapa sajakah yang menjadi kebutuhan pelaku UMKM(needs assessment) dan mengidentifikasi masalah (kebutuhan).

2. Perancangan (*Design*)

Pada tahap ini dilakukan langkah-langkah penyusunan rancangan pembelajaran yang dilakukan peneliti. Perancangan yang dimaksud adalah

³Sugiyono *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D* (Bandung : Alfabeta), hal 453

perumusan faktor-faktor yang sebelumnya dianalisis untuk selanjutnya dimasukkan kedalam media yang dikembangkan..

3. Pengembangan (*Development*)

Tahap pengembangan dilakukan beberapa kegiatan, antara lain, (1) Telaah atau validasi internal dan eksternal, (2) menyusun persiapan uji coba, (3) melakukan uji coba, (4) melakukan analisis uji coba.

Media ini divalidasi oleh ahli media dan ahli materi, nantinya data yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah data kualitatif. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan instrument.⁴ Adapun data kuantitas didapat dari uji para ahli dan tanggapan UMKM terhadap produk yang dikembangkan. Data yang dihasilkan berkaitan dengan kelayakan produk dan kesesuaian dengan pendukung perangkat tersebut. Dalam penelitian pengembangan ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (*koesioner*). Koesioner dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Angket menjadi data pendukung dalam uji coba tahap awal. Adapun kriteria kualitas penilaiannya adalah (Suparno, 2017, h.200) :

Tabel III.1

Kriteria Validitas Analisis Persentase

No	Kriteria	Tingkat Validitas
1	75.01%-100%	Sangat valid (dapat digunakan tanpa revisi)
2	50.01%-75%	Cukup Valid (dapat menggunakan revisi kecil)
3	25.01%-50%	Tidak Valid (tidak dapat digunakan)
4	00.00%-25%	Sangat tidak valid (Terlarang digunakan)

⁴Sugiyono, Metode Penilaian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 176

Berikut rincian responden untuk penelitian pengembangan ini :

Tabel III.2

Hasil Validasi Media Keseluruhan

No	Responden	Jumlah
1	Dosen Pembimbing	2 orang
2	Ahli Media	1 orang
3	Ahli Materi	1 orang
4	UMKM	40 orang
Jumlah		44 orang

Penilaian pengembangan media pemasaran berbasis *ebook* dengan ahli media terdiri dari satu orang ahli media dengan criteria penilaian sebagai berikut :

Tabel III.3

Penilaian Ahli Media

No	Faktor/Aspek yang dinilai	Rata-Rata Skor Penilaian Ahli Materi
1	Kemudahan bahasa yang digunakan	
2	Kesesuaian pembelajaran dengan Indikator	
3	Kejelasan dari materi yang disampaikan	
4	Kelengkapan isi dari materi	
5	Kesesuaian materi dengan kebutuhan pelaku UMKM	
6	Kejelasan gambar dan materi	
7	Tata bahasa yan digunakan	

Penilaian pengembangan media dilakukan oleh dengan ahli materi terdiri dari satu orang ahli media dengan criteria penilaian sebagai berikut :

Tabel III.4

Penilaian Ahli Materi

No	Faktor/Aspek yang di nilai	Rata-rata skor penilaian ahli materi
1	Tampilan dari media menarik pelaku UMKM	
2	Kesesuaian media dengan kebutuhan pelaku UMKM	
3	Font yang dipergunakan mudah untuk dibaca	
4	Pemilihan warna dan penekanan baca terlihat dengan jelas	
5	Pemilihan bahasa yang digunakan	
6	Kesesuaian menu yang ditampilkan	
7	Komposisi gambar dan teks yang digunakan	
8	Desain yang digunakan selaras dengan isi	
9	Pemilihan layout yang tidak menimbulkan perhatian atau mencuri perhatian	
10	Media dapat digunakan di PC atau Android	
11	Pemilihan animasi gambar untuk pendukung materi	

Penilaian pengembangan media website juga membutuhkan masukan dari pelaku UMKM, dengan criteria penilaian sebagai berikut :

Tabel III.5

Penilaian Media oleh Pelaku UMKM

No	Aspek yang dinilai	Rata-rata penilaian UMKM
1	Informasi yang dicantumkan dalam <i>e-book</i> jelas	
2	Kemudahan dalam mengakses <i>e-book</i>	
3	Media <i>e-book</i> memudahkan untuk belajar	

4	<i>E-book</i> yang ditampilkan kurang menarik	
5	Media <i>e-book</i> membantu saya	
6	Media interaktif yang mudah digunakan untuk belajar mandiri	
7	Saya dapat mendapatkan informasi dengan mudah dengan eboook	
8	Media <i>e-book</i> dapat melancarkan usaha saya	
9	Media <i>e-book</i> dapat saya akses melalui pc maupun smartphone	
10	Media <i>e-book</i> yang ditampilkan mudah untuk dipahami	

B. Waktu dan Tempat Pengembangan

Penelitian ini dilaksanakan di Watukumpul yang beralamatkan di Desa Watukumpul Kab. Pemalang, Provinsi Jawa Tengah di bantu oleh suku dinas terkait.

Waktu penelitian ini dilaksanakan terhitung mulai dari bulan April 2018 sampai dengan Juni 2018. Pemilihan waktu tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa pada waktu tersebut adalah waktu yang tepat bagi peneliti.

C. Langkah-Langkah Pengembangan

Langkah-langkah pengembangan yang digunakan disesuaikan dengan latar belakang dan permasalahan yang dikaji pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode 4D oleh Thiagarajan (1974).

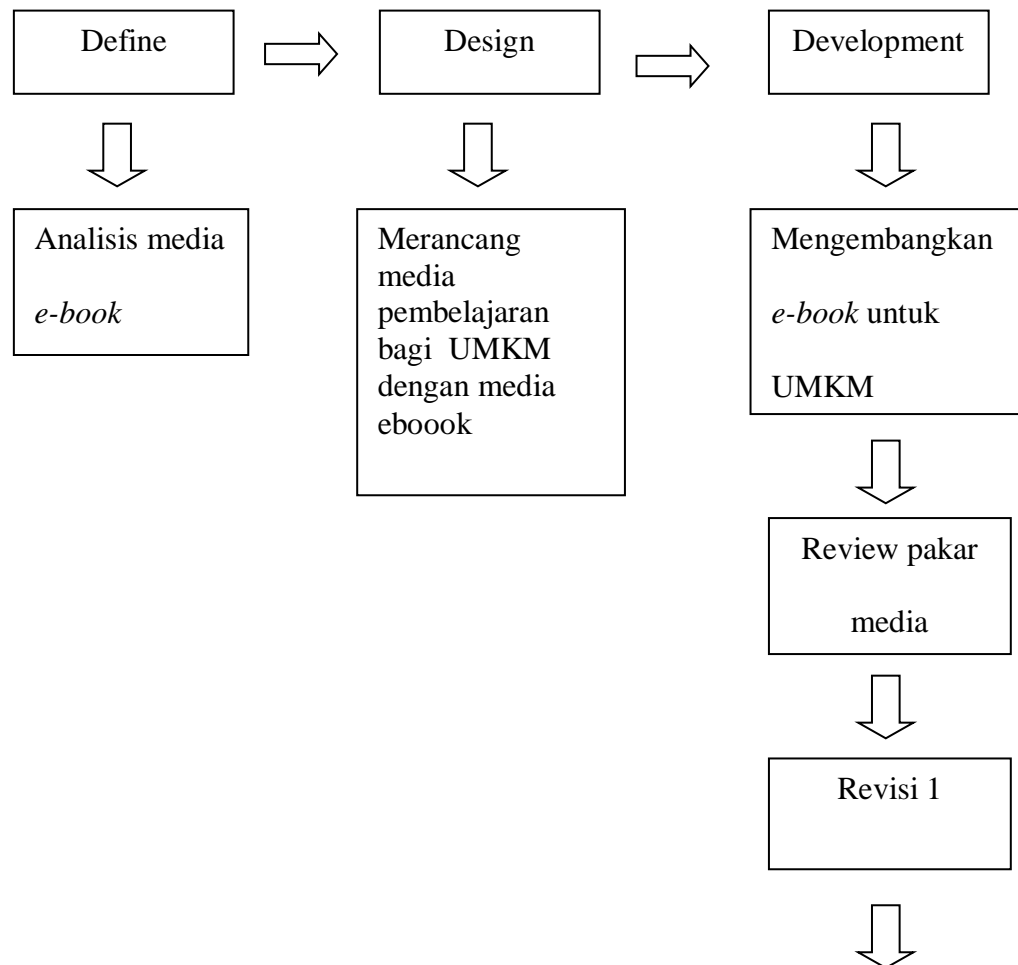
Pengembangan media yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode 4 D namun pada tahap ini hanya sampai pada D yang ke tiga yaitu development atau pengembangan. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Design*)

Pada tahap perencanaan dilakukan rancangan *e-book* untuk pelaku UMKM. Perancangan yang dimaksud adalah perumusan dari faktor-faktor apa sajakah yang menjadi kebutuhan dari pelaku UMKM.

2. Pengembangan (*Development*)

Tahap pengembangan yang dilakukan antara lain : (1) Telaah atau validasi internal dan eksternal, (2) menyusun persiapan uji coba, (3) melakukan uji coba, (4) melakukan analisis uji coba. Pada tahap uji coba, *e-book* yang telah dihasilkan akan diuji coba di Desa Watukumpul.



D. Subjek Uji Coba Pengembangan

Subjek uji coba pada pengembangan ini adalah para pelaku UMKM di Desa Watukumpul, dimana akan terdiri dari 40 pelaku UMKM. Dalam menentukan subjek pengembangan ini dilakukan dengan prosedur penelitian pengembangan sesuai dengan kebutuhan di masing-masing tahapan yang akan dilakukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian pengembangan ini jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti adalah data kuantitatif dan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan datanya adalah :

1. Penelitian pengembangan ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (*koesioner*). Koesioner dilakukan untuk mengumpulkn data kemudahan dan ketertarikan dalam mengakses media *e-book*.
2. Test yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keefektifan media *e-book*.

F. Definisi Konseptual dan Operasional

Penelitian ini di buat untuk pengembangan usaha mikro kecil menengah terhadap Informasi, Keamanan, kemudahan, kenyamanan, dan kualitas layanan.

Untuk lebih jelasnya akan diuraikan dalam operasional variable dalam penelitian pengembangan ini :

1. Informasi

Informasi adalah segala sesuatu yang di dapat atau di inginkan oleh seseorang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia informasi adalah penerangan, pemberitahuan kabar atau berita mengenai sesuatu. Dalam penelitian ini Informasi meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat dan relevan, sehingga pelaku UMKM dapat memberikan informasi secara jelas.

2. Keamanan

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia keamanan adalah tidak meragukan dan tidak mengandung resiko. Dalam penelitian ini keamanan meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.

3. Kemudahan

Kemudahan sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh pengguna untuk mengakses. Dengan mudahnya mengakses para konsumen diharapkan akan lebih tertarik lagi. Kemudahan disini meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.

4. Kenyamanan

Kenyamanan sangat diperlukan baik bagi konsumen sendiri maupun produsen. Dengan kenyamanan yang ditimbulkan maka diharapkan konsumen

akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kenyamanan meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.

5. Kualitas pelayanan

Didalam berbisnis, salah satu faktor yang paling penting adalah bagaimana kita memberikan pelayanan terhadap konsumen. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan sangat berpengaruh bagi kelangsungan usaha yang dijalankan. Kualitas pelayanan disini meliputi kelengkapan secara online, dan customer service.

Dari penjabaran diatas, maka dapat dikembangkan instrument untuk mengukur pemanfaatan *e-commerce* yang diukur menggunakan angket (koesioner) dengan bentuk skala 1 sampai dengan 5.

G. Perencanaan Desain Produk

Pemasaran berbasis website yang dikembangkan melalui faktor-faktor *e-commerce*, yang diharapkan dapat mengembangkan pemasaran dari UMKM sehingga pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan semaksimal mungkin. Beberapa media yang digunakan adalah gambar produk, desain, rincian produk. Media yang dimasukan merupakan media yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, sehingga dapat memudahkan kustomer maupun pelaku UMKM itu sendiri.

H. Validasi Desain

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan instrument (Sugiyono 2012, hal 176). Validasi dimaksudkan untuk mengukur atau

membandingkan mana yang lebih efektif dibandingkan dengan sebelumnya. Dalam penelitian pengembangan ini akan dibandingkan dengan pemasaran yang biasa dilakukan oleh pelaku UMKM sebelumnya dengan memberikan saran secara deskriptif dengan pemikiran yang lebih rasional.

I. Perbaikan Desain

Berdasarkan dari validasi diatas, maka dapat dilakukan perbaikan desain produk serta evaluasi dari kesalahan dan keunggulan produk yang dihasilkan, sehingga dapat menjadi produk yang siap untuk untuk menjadi produk akhir. Pada penelitian ini hanya ada pada esain produk akhir. Dan akan di uji coba di tempat yang peneliti telah pilih dengan mengambil sampel sebelum dilakukan pengembangan secara lebih lanjut.