

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode merupakan cara atau strategi yang menyeluruh untuk memperoleh data atau hasil penelitian yang diperlukan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif yang berfungsi untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel-variabel dari sebuah situasi atau keadaan yang sedang berlangsung saat ini. Metode deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci, mengidentifikasi masalah dan memeriksa kondisi yang sedang terjadi, serta membuat perbandingan atau evaluasi. Metode penelitian menurut Pauline (2007:114) bahwa “Metode penelitian menggambarkan kegiatan penelitian yang dilakukan pada objek tertentu secara jelas dan sistematis.”

Metode penelitian ini ditunjukkan untuk menggali data mengenai Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising* Sebagai kesiapan Menjadi *Fashion Merchandiser* di *Special Store* pada mahasiswa Program Studi Kriya Tekstil dan Mode di Universitas Telkom angkatan 2010.

B. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat melakukan kegiatan penelitian guna memperoleh data yang diperlukan dari responden. Lokasi penelitian yang dipilih penulis adalah Universitas Telkom yang beralamat di Kawasan Pendidikan Telkom Jl. Telekomunikasi, Terusan Buah Batu, Bandung 40257. Telp: (022) 8888 4024/25/26/27, fax: (022) 8888 4028, Email: info@universitastelkom.ac.id. Website: <http://www.universitastelkom.ac.id>.

Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena mata kuliah *Fashion merchandising* merupakan mata kuliah yang hanya dipelajari di Program Studi Kriya Tekstil dan Mode Universitas Telkom.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Untuk memperoleh suatu data penelitian, diperlukan sumber data. Sumber data tersebut akan mudah diperoleh apabila ditentukan lokasi atau tempat penelitiannya untuk menentukan populasi dan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Kriya Tekstil dan Mode angkatan 2010 yang telah mengikuti mata kuliah *Fashion Merchandising*, terdiri dari 25 orang.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel total, karena seluruh objek dalam populasi dijadikan sampel penelitian, yaitu sebanyak 25 orang. Sampel tersebut merupakan jumlah dari seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Kriya Tekstil dan Mode Universitas Telkom angkatan 2010 yang telah mengikuti mata kuliah *Fashion Merchandising*

C. Definisi Operasional

Definisi operasional diperlukan untuk memberikan batasan atau arti sebuah variable dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti, sehingga dapat menanggulangi kesalahpahaman antara penulis dan pembaca dalam menafsirkan istilah yang terdapat dalam judul penelitian, sebagaimana pendapat yang diungkapkan Wasis (2008;33) bahwa

Definisi Operasional adalah suatu definisi ketika variabel- variabel penelitian menjadi bersifat operasional. Definisi dari operasional menjadikan konsep yang masih bersifat abstrak menjadi operasional yang memudahkan pengukuran variable tersebut.

Definisi Operasional dari judul “Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising* Sebagai kesiapan Menjadi *Fashion Merchandiser* di *Special Store*, yaitu:

1. Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising*

a. Manfaat

Manfaat adalah guna atau faedah. (kamus umum Bahasa Indonesia)

b. Hasil Belajar

Hasil belajar menurut Oemar Hamalik (2006:30) “Hasil belajar adalah seseorang yang telah belajar dan terjadinya perubahan tingkah laku pada orang tersebut.” sedangkan menurut Dimiyati dan Mudjiono (1999:251) “Hasil belajar merupakan tingkat perkembangan mental yang lebih baik bila dibandingkan pada saat sebelum belajar.”

c. *Fashion Merchandising*

Fashion Merchandising adalah salah satu mata kuliah di bidang *Fashion* yang meliputi pengetahuan dan pemahaman yang berkaitan dengan proses pemasaran produk *fashion*.

Definisi operasional dari Manfaat hasil belajar *Fashion Merchandising* yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada pengertian yang telah dijelaskan di atas yaitu faedah atau guna setelah menerima pengalaman belajar dengan diiringi oleh perubahan tingkah laku yang berupa tingkat keberhasilan dari proses belajar mata kuliah *Fashion Merchandising* yang meliputi ilmu pengetahuan, pemahaman, sikap dan keterampilan mengenai proses pemasaran produk *fashion* pada Program Studi Kriya Tekstil dan Mode angkatan 2010 di Universitas Telkom.

2. Kesiapan sebagai *Fashion Merchandiser di Special Store*

a. Kesiapan

Menurut Yusnawati (2007:11), “Kesiapan merupakan suatu kondisi dimana seseorang telah mencapai pada tahapan tertentu atau dikonotasikan dengan kematangan fisik, psikologis, spiritual dan skill”. Menurut Bambang Irianto (Andi Primeriananto 2009:12), “Kesiapan merupakan kondisi fisiologis seseorang yang siap untuk menanggapi sesuatu”.

b. *Fashion Merchandiser*

Fashion Merchandiser adalah sebuah profesi di bidang *fashion* yang mengelola seluruh proses pemasaran produk *fashion*.

c. *Special Store*

Special Store adalah satu usaha khusus yang menjual barang dengan kategori atau merek tertentu dan unik, Usaha ini menargetkan upaya pemasarannya pada pelanggan- pelanggan khusus, seperti *public figure*, *personal shopper*, dll sehingga, *Special Store* dapat disamakan dengan butik. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Gini Stephen Frings (1982:201) “*Stores that carry one category or related categories of fashion merchandise to as are commonly called specialty stores or boutique*”.

Definisi operasional dari Kesiapan menjadi *Fashion Merchandiser* di *Special Store* adalah kondisi seseorang atau individu yang telah siap untuk menjadi *Fashion Merchandiser* dalam usaha busana yang memproduksi dan menjual busana berkualitas dengan kategori tertentu.

Manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi *fashion merchandiser* di *special store* sesuai dengan definisi operasional adalah, guna atau faedah pada seseorang yang telah melakukan kegiatan belajar, hingga terjadinya perubahan tingkah laku atau perkembangan mental menjadi lebih baik dibandingkan sebelum melakukan kegiatan belajar mengenai mata kuliah di bidang *fashion* yang meliputi pengetahuan, pemahaman, sikap dan keterampilan yang berkaitan dengan proses pemasaran produk *fashion*, sehingga menimbulkan kondisi dimana seseorang telah mencapai tahap tertentu atau kondisi tertentu baik secara fisik, psikologis maupun skill yang siap untuk melakukan sebuah profesi di bidang *fashion* yang bertugas mengelola seluruh proses pemasaran produk *fashion* pada usaha yang menjual barang- barang khusus dan unik..

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket). Menurut Prof. Dr. S. Nasution, M. A (2009 ;142) “Angket adalah daftar

pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh keterangan tertentu dari responden yang kadang-kadang tersebar tempat tinggalnya. Angket dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai Mata Kuliah *Fashion Merchandising* Program Studi Kriya Tekstil dan Mode angkatan 2010 di Universitas Telkom.

E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Sebuah penelitian, disamping perlu menggunakan metode yang tepat, perlu juga memilih teknik pengumpulan data yang relevan. Teknik pengumpulan data yang tepat memungkinkan diperolehnya data yang objektif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket merupakan teknik pengumpul data yang paling efektif bila peneliti ingin mengetahui apa yang diharapkan dari responden. Angket yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sejumlah daftar pertanyaan tertulis yang ditunjukkan kepada mahasiswa mengenai pendapat mahasiswa program Studi Kriya Tekstil dan Mode angkatan 2010 di Universitas Telkom tentang manfaat hasil belajar *Fashion Merchandising* sebagai kesiapan menjadi *Fashion Merchandiser* di Butik.

F. Teknik Pengolahan Data Penelitian

Pengolahan data dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Langkah yang dilakukan penulis dalam pengolahan data penelitian adalah :

1. Pengecekan Data

Pengecekan data dilakukan penulis untuk memeriksa kelengkapan instrument penelitian yang telah diisi oleh responden.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data dilakukan untuk menghitung frukuensi jawaban dari responden yang menjawab lebih dari satu jawaban sehingga jumlah jawaban menunjukkan frekuensi jawaban yang bervariasi.

3. Pengolahan Data

Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menghitung presentasi data yang digunakan untuk menghitung perbandingan besar kecilnya jawaban yang diberikan responden untuk setiap *option* dalam satu item. Rumus statistik sederhana untuk menghitung presentase dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Anas Sudijono (2011 ; 43), yaitu :

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

- P* : Angka Presentase
f : Frekuensi yang sedang dicari persentasenya
N : *Number of Cases* (Jumlah Frekuensi/ banyaknya individu)
 100% : Bilangan tetap

4. Penafsiran data

Penafsiran data dilakukan untuk memperoleh gambaran yang jelas terhadap jawaban pada pertanyaan yang telah diajukan. Data yang telah dipresentasikan kemudian dianalisis dan ditafsirkan sebagai berikut :

- | | |
|-----------|---------------------------|
| 100% | : Seluruhnya |
| 76% - 99% | : Sebagian besar |
| 51% - 75% | : Lebih dari setengahnya |
| 50% | : Setengahnya |
| 26% - 49% | : Kurang dari setengahnya |
| 1% - 25% | : Sebagian kecil |
| 0% | : Tidak seorangpun |