

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Obyek Penelitian**

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu pada technopreneur otomotif di kota Semarang.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh technopreneur otomotif di kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan *purposive sampling* menggunakan kriteria tertentu. Kriteria penentuan sampel adalah technopreneur otomotif yang telah bekerja lebih dari dua tahun. Sampel yang akan diteliti adalah 5 orang technopreneur otomotif di Semarang yaitu Gandhi dengan menggunakan media Instagram yang telah memulai usahanya sejak tahun 2011 dengan nama Instagram @autoplus.semarang, Alan yang memulai berbisnis sejak tahun 2012 dengan nama @vtec.accessories, Kenny dengan nama @garasi17\_utowork, Aldro Pratama yang telah berbisnis sebagai seorang technopreneur sejak tahun 2015 menggunakan Instagram dengan nama @bakoel\_barang bekas, dan Ezzar Deserlando yang melakukan bisnis sejak tahun 2014 dengan menggunakan media Instagram dengan nama @vipwheels.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer dapat diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 5 orang technopreneur otomotif di Semarang yaitu @autoplus.semarang, @vtec.accessories, @garasi17\_utowork, @bakoel\_barang bekas, dan @vipwheels.

#### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara kepada 5 orang technopreneur otomotif di Semarang yaitu @autoplus.semarang,

@vtec.accessories, @garasi17\_utowork, @bakoel\_barang bekas, dan @vipwheels.

a. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang bersangkutan, dan sebelumnya sudah menyiapkan sejumlah pertanyaan (Sugiyono, 2013). Wawancara akan dilakukan kepada 5 orang technopreneur otomotif di Semarang yaitu @autoplus.semarang, @vtec.accessories, @garasi17\_utowork, @bakoel\_barang bekas, dan @vipwheels.

b. Kuisisioner

Kuisisioner dalam penelitian ini akan diberikan kepada 5 orang technopreneur otomotif di Semarang yaitu @autoplus.semarang, @vtec.accessories, @garasi17\_utowork, @bakoel\_barang bekas, dan @vipwheels.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana mestinya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Di dalam penelitian ini persepsi subjek penelitian mengenai faktor pembentuk spirit technopreneur otomotif di kota Semarang, secara menyeluruh dan dengan menggunakan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dengan suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Sugiyono, 2013).

Langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan tanggapan responden atas variabel-variabel yang terkait dengan faktor pembentuk spirit technopreneur otomotif menurut Nasution.

Setelah mengumpulkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan responden dan kuisioner yang diisi oleh responden, maka jawaban responden akan ditentukan sesuai dengan variabel yang terkait dengan faktor pembentuk spirit technopreneur otomotif.

**Tabel 3.1**  
**Contoh Tabel Analisis**

Variabel	Indikator	Gandhi	Alan	Kenny	Aldro	Ezzar	Kesimpulan
Intelejensi technopreneur	Teknopreneur mampu menyelesaikan masalah dalam bisnis online dengan menggunakan teknologi dan medianya.						
	Teknopreneur mampu menggunakan teknologi informasi untuk mencari peluang bisnis online						
	Perencanaan teknis penting dilakukan sebelum pelaksanaan						
Latar belakang budaya	Teknopreneur dibesarkan di lingkungan yang terbiasa dengan teknologi						
	Teknopreneur terbiasa menggunakan teknologi baru						
Tingkat pendidikan technopreneur	Apakah Pendidikan formal mengajarkan tentang teknologi						
	Semakin tinggi Pendidikan apakah semakin						

Variabel	Indikator	Gandhi	Alan	Kenny	Aldro	Ezzar	Kesimpulan
	mudah dalam penyesuaian teknologi baru						
Usia teknopreneur	Apakah usia mempengaruhi minat / keinginan dalam penggunaan teknologi untuk berbisnis						
	Apakah usia mempengaruhi teknopreneur dalam menyikapi teknologi baru						
Pola Asuh keluarga	Orang tua demokratis, yaitu Apakah orang tua teknopreneur mendukung dan membantu dalam bisnis online mereka						
	Orang tua teknopreneur yang dinamis, yaitu Apakah orang tua teknopreneur memandirikan anaknya dalam berbisnis dengan tidak ikut andil dalam bisnis online mereka						

2. Merangkum Jawaban Responden.

Setelah menentukan tanggapan responden atas variable- variable yang terkait dengan factor pembentuk spirit technopreneur, langkah berikutnya adalah merangkum jawaban responden.

3. Memberikan kesimpulan atas faktor pembentuk spirit teknopreneur otomotif di kota Semarang. Analisis data dilakukan dengan cara menganalisis kesamaan jawaban dari responden sehingga dapat dibentuk analisis dari hasil kesimpulan. Dari analisis didapatkan pola teknopreneurship otomotif di Kota Semarang.