

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1.Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini membahas tentang bisnis non- konvensional atau bisnis online dengan nama “allyouneed” yang memiliki arti semua barang keinginanmu dapat dicari dan dikirim. Usaha bisnis online ini direncanakan berada di Semarang, Jawa Tengah Indonesia. Walaupun demikian, bisnis online ini dapat diakses dimanapun dan kapanpun konsumen membutuhkannya.

#### **3.2.Populasi, Sampel, dan Teknik**

##### **A. Populasi**

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah pemilik jasa titip online dan masyarakat yang melakukan transaksi atau membeli suatu barang secara online pada penyedia jasa titip online tersebut.

##### **B. Sampel dan Teknik Sampel**

Sampel pada bisnis jasa titip online “allyouneed” ini menggunakan teknik sampling berupa non-probability sampling dengan metode sampling purposive. Menurut Sugiyono (2011), dalam Ismayani (2017) Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan demikian sampel pada penelitian perencanaan bisnis jasa titip online “allyouneed” adalah:

1. Pemilik usaha jasa titip online yang diasumsikan sebagai pesaing. Jumlah sampel yang diambil adalah 1 pemilik usaha jasa titip online. Kriteria bagi pesaing adalah pemilik usaha jasa titip online yang memasarkan jasa baik melalui media sosial, maupun yang lainnya dan berusaha melayani konsumen dengan kelas sosial menengah, meskipun tidak menutup kemungkinan masyarakat dengan kelas sosial bawah dan atas juga dapat melakukan pembelian berbagai macam jenis produk. Sampel jasa titip online yang diambil “handcarrybydea”.

2. Sebesar 28 orang responden yang beberapa kali melakukan transaksi atau membeli suatu barang secara online di jasa titip online pesaing tersebut dalam kurun waktu tertentu (minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir). Konsumen sebagai responden yang dipilih adalah konsumen yang sedang melakukan transaksi secara online di jasa titip pesaing dengan usia minimal 18 tahun. Pada usia 18 tahun masyarakat telah dianggap mampu untuk menentukan pilihan dan mengambil sebuah keputusan, sedangkan untuk data konsumen sebagai responden didapatkan dari pihak pesaing.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis dan Sumber Data**

Ada dua jenis sumber data yaitu data primer dan sekunder.

1. Sumber Primer :
  - a) Observasi (pengamatan pada outlet pesaing)
  - b) Kuesioner (data konsumen yang menggunakan jasa di outlet pesaing)
  - c) Wawancara (data dan kondisi pesaing)
  - d) Aspek pemasaran, aspek operasi, aspek SDM (Sumber Daya Manusia), dan Aspek Keuangan
2. Sumber Sekunder : data yang terdapat pada penelitian ini berhubungan dengan aspek keuangan, seperti, proyeksi neraca, arus kas, dan laba rugi.

#### **3.3.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang dilakukan didalam proses perencanaan bisnis ini adalah dengan melalui :

1. Wawancara dilakukan secara terbuka dan tidak terstruktur. Wawancara dilakukan pemilik usaha jasa titip online yang diasumsikan sebagai pesaing. Yaitu pada jasa titip online “handcarrybydea”. Tujuan dilakukannya wawancara adalah untuk mendapatkan data primer tentang rencana pendirian bisnis jasa titip online “
2. Kuesioner dilakukan dengan cara membagikan angket yang berisikan beberapa pertanyaan yang telah ditentukan kepada para responden yang menjadi objek pada penelitian ini Kuesioner

dilakukan untuk mendapatkan data primer. Kuesioner akan dibagikan kepada 28 orang responden yang beberapa kali menggunakan jasa dan melakukan transaksi dalam kurun waktu tertentu (minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir)

3. Observasi didalam penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data primer mengenai Segmenting, Targeting dan Positioning (STP).

### 3.4. Alat Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden dan narasumber terkumpul sehingga data memiliki nilai. Alat analisis yang digunakan peneliti terdiri dari dua macam, yaitu :

1. Non Statistik

- a. Analisis Rasio Keuangan, digunakan dalam perhitungan analisis laporan keuangan seperti proyeksi laba rugi, proyeksi aliran kas, dan proyeksi neraca.

- b. Analisis Penilaian Investasi, digunakan dalam perhitungan investasi seperti NPV, PI, PP, dan IRR.

2. Statistik

Dalam analisis statistik, analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis statistik deskriptif (statistik non probabilitas) dengan metode analisis potret data (frekuensi dan presentase). Dimana cara untuk menganalisis data adalah dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Potret data adalah perhitungan frekuensi suatu nilai dalam suatu variabel dan nilai disajikan sebagai presentase dari keseluruhan. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis aspek pemasaran, aspek operasi, dan aspek Sumber Daya Manusia (SDM).

1. Cara Mengolah Data Responden Melalui Kuesioner menurut (Notoatmodjo, 2010) :

- a. Menyusun beberapa daftar pertanyaan untuk kuesioner.

- b. Menyebarkan kuesioner kepada 28 responden yang pernah menggunakan jasa titip barang.

- c. Melakukan editing atau memeriksa kembali kelengkapan identitas responden dan jawaban pada kuesioner yang diperoleh setelah data terkumpul.

d. Mengolah kuesioner dengan menggunakan alat analisis statistik deskriptif dan dengan menggunakan penyajian data analisis potret (frekuensi dan presentase)

e. Melakukan coding atau memberikan kode terhadap item – item pada variabel dari seluruh responden (karakteristik, daftar pertanyaan, dan daftar jawaban) menjadi data angka.

f. Melakukan data entry (processing), adalah kegiatan memasukan data yang telah terkumpul ke dalam master tabel melalui program Statistical Package for the Social Science (SPSS), kemudian mentabulasi data (membuat tabel – tabel) berdasarkan variabel dari seluruh responden (karakteristik, daftar pertanyaan, dan daftar jawaban).

g. Menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti dan hasil pengolahan data tersebut akan dipaparkan dalam bentuk tabel dan angka sehingga lebih mudah dipahami dan ditarik kesimpulan akhirnya.

h. Melakukan pembersihan data (cleaning), adalah kegiatan memeriksa kembali kemungkinan adanya kesalahan – kesalahan kode, ketidaklengkapan, dan sebagainya, kemudian dilakukan pembetulan atau koreksi.

i. Menyusun hasil akhir kuesioner pada perencanaan bisnis.

## 2. Cara Mengolah Data Pesaing Melalui Wawancara :

a. Menyusun beberapa daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara.

b. Melakukan wawancara kepada pesaing yaitu handcarrybydea.

c. Penyajian data, yaitu dengan cara melakukan rekapitulasi untuk mengambil poin – poin penting dalam informasi tersebut.

d. Menarik kesimpulan dari keseluruhan hasil wawancara dan memilah hasil wawancara sesuai dengan aspek – aspek yang dibutuhkan dan menyusun hasil rekapitulasi wawancara pada perencanaan bisnis.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.

#### 3.5.1. Aspek Pemasaran

Langkah dalam menentukan data kualitatif pada Aspek Pemasaran (Segmenting, Targeting, Positioning, dan Bauran Pemasaran) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

- A. Menyusun beberapa daftar pertanyaan untuk menentukan segmen yang akan dituju, produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, proses, permintaan dan penawaran yang akan dilakukan
- B. Melakukan wawancara dan pembagian kuesioner kepada responden, dan juga dilakukan sebuah observasi.
- C. Melakukan rekapitulasi dan mendiskripsikan data menggunakan alat analisis statistik deskriptif yang diolah dengan analisis potret data yang berupa frekuensi dan presentase dari hasil wawancara, pembagian kuesioner, dan observasi untuk mengetahui tanggapan responden akan aspek pemasaran.
- D. Menyusun aspek pemasaran untuk usaha jasa titip online “allyouneed” (Segmenting, Targeting, Positioning, dan Bauran Pemasaran).
  - i. Segmenting : Pada segmenting demografis data yang diperoleh dari hasil kuesioner akan digambarkan dalam tabel karakteristik berupa jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan, sedangkan untuk segmentasi geografis dan psikografis adalah dengan menganalisis datanya yang berdasarkan jumlah pengguna internet di Semarang yang beberapa kali melakukan transaksi di usaha jasa titip online (pesaing) dalam waktu tertentu yang nantinya akan menjadi potensi pasar usaha jasa titip “allyouneed” di Indonesia terutama di Semarang.
  - ii. Targeting : dalam menentukan target pasar yang paling potensial cara menganalisis datanya adaah dengan menarik kesimpulan dari hasil data dalam pengelompokan segmentasi pasar.
  - iii. Positioning : dalam menentukan posisi pasar yang potensial menganalisis datanya adalah dengan membuat tabel perbandingan dari hasil wawancara dan observasi terhadap pesaing, kemudian membandingkan data tersebut terkait pada bauran pemasaran yang ditetapkan

(product, price, place, promotion, People, Physical Evidence, dan Process).

- iv. Bauran pemasaran : memperjelas bauran pemasaran yang telah digunakan dalam menentukan posisi pasar potensial pada usaha jasa titip online “allyouneed”.

Aspek Pemasaran dinyatakan Layak jika memiliki STP (Segmenting, targeting dan penawaran yang memiliki nilai potensial.

### 3.5.2. Aspek Operasi

Langkah dalam menentukan data Kualitatif pada Aspek Operasi (Pemilihan lokasi, Tata letak fasilitas produk (layout), Proses produksi yang meliputi manajemen persediaan, pengendalian mutu, Hardware, pengiriman barang dan (payment) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

- A. Melakukan observasi lokasi bisnis, tata letak, pemilihan teknologi yang tepat untuk menciptakan efisiensi didalam proses produksi.
- B. Melakukan pencatatan dari hasil observasi yang telah dilakukan untuk menyusun aspek operasi yang akan diterapkan pada usaha jasa titip online “allyouneed”.
- C. Menyusun aspek operasi untuk bisnis jasa titip online “allyouneed” (Pemilihan lokasi, Tata letak fasilitas produk(Layout), Proses produksi yang meliputi manajemen persediaan, pengendalian mutu, Hardware, pengiriman barang dan payment).
  - i. Pemilihan lokasi dan tata letak fasilitas produk : menganalisis data yang didapatkan dalam observasi dengan cara mendiskripsikan data dan melakukan penentuan pemilihan lokasi yang strategis, hingga melakukan penentuan ruang dan pembuatan desain layout (penataan tata letak fasilitas produk) yang baik, menarik, dan efisien yang terdapat pada laman media sosial, laman website yang akan digunakan ( domain dan hosting) dan tempat untuk mengendalikan bisnis jasa titip onlien tersebut.
  - ii. Proses Produksi : menganalisis data yang didapatkan dalam observasi dan menentukan berbagai macam kebutuhan terkait dengan proses produksi yang akan diterapkan meliputi pada manajemen persediaan, pengendalian mutu pada jasa yang dihasilkan, Hardware, pengiriman barang dan payment yang akan digunakan pada usaha jasa titip online “allyouneed”.



Aspek Operasi dinyatakan Layak jika bisnis yang akan dijalankan memiliki Layout yang efektif, lokasi yang terhitung strategis, dan proses produksi.

### **3.5.3. Aspek Sumber Daya Manusia**

Langkah dalam menentukan data kualitatif pada Aspek Sumber Daya Manusia (kepemilikan usaha, struktur organisasi dan perencanaan pegawai agar dapat diketahui Jumlah pegawai dan kualitas (mutu) pegawai yang dibutuhkan, pemberian gaji, dan pemecatan pegawai yang tidak kompeten) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

- A. Menyusun beberapa daftar pertanyaan untuk wawancara serta melakukan observasi mengenai perencanaan sumber daya manusia yang dibutuhkan.
- B. Melakukan rekapitulasi dan mendiskripsikan data menggunakan alat analisis statistik deskriptif dari hasil wawancara, dan observasi untuk mengetahui tanggapan responden terhadap aspek sumber daya manusia.
- C. Menyusun Aspek Sumber Daya Manusia pada usaha jasa titip online “allyouneed” Yang meliputi :
  - i. Kepemilikan dan struktur organisasi : menganalisis data yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi sehingga dapat dibuang sebuah struktur organisasi yang dapat diterapkan sesuai dengan kebutuhan dalam bisnis jasa titip online “allyouneed” dan menentukan apakah usaha yang akan dijalankan merupakan usaha perorangan, mitra atau kongsi.
  - ii. Perencanaan pegawai : membuat perencanaan pegawai sehingga menghasilkan pegawai yang potensial dapat dilakukan dengan cara menarik kesimpulan dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Selanjutnya diimplementasikan sesuai kebutuhan pada usaha jasa titip online “allyouneed” seperti pada analisis pekerjaan yang meliputi penentuan jumlah pegawai, spesifikasi pekerjaan dan deskripsi pekerjaan. Perencanaan rekrutmen, seleksi dan orientasi, pelatihan dan pengembangan hingga pemberian kompensasi yang sesuai yaitu dengan melihat besaran UMR yang ditetapkan di Kota Semarang.

kepemilikan usaha, struktur organisasi dan perencanaan pegawai yang terstruktur dan sistematis, sehingga dapat diketahui Jumlah pegawai dan kualitas (mutu) pegawai yang dibutuhkan, pemberian gaji, dan pemecatan pegawai yang tidak kompeten.

### **3.5.4. Aspek Keuangan**

Teknik analisis kuantitatif dilakukan dengan analisis non statistik.

- A. Kebutuhan dana (Modal) – perhitungan dilakukan dengan menghitung keseluruhan kebutuhan dana yang dibutuhkan.
- B. Sumber Dana – menghitung presentase dana yang berasal dari modal sendiri maupun dari modal pinjaman.
- C. Laporan Keuangan – menghitung perkiraan neraca, laporan laba-rugi, dan laporan arus kas dengan mempertimbangan pajak e-commerce yang sedang diberlakukan.

Aspek Keuangan dinyatakan Layak jika adanya sumber Dana yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan. Laporan Keuangan yang terstruktur, dan adanya Analisis Keuangan yang menyatakan bahwa bisnis ini Layak untuk dijalankan.

