

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini objek yang akan diteliti adalah tentang usaha konveksi Dico Legends yang ditinjau melalui beberapa aspek perencanaan bisnis. Lokasi usaha konveksi ini direncanakan akan didirikan di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Meskipun demikian area pemasaran yang dilakukan mencakup nasional maupun internasional.

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan individu atau subjek yang akan diteliti yang membentuk suatu kesatuan pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu. (Hermawan, 2019). Populasi yang akan diambil oleh peneliti adalah pemilik usaha konveksi yang merupakan pesaing dan calon konsumen yang berasal dari konsumen pesaing yang berada di Kabupaten Pati. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebesar 28 usaha konveksi yang ditentukan dari jumlah seluruh usaha konveksi yang ada di Kabupaten Pati

b. Sampel dan Teknik Sampling

Pengambilan sampel pada perencanaan bisnis konveksi “Dico Legends” ini menggunakan teknik sampling non-probability sampling dengan metode sampling purposive. Menurut Sugiyono (2010) dalam buku Metodologi Penelitian Pendidikan (Hermawan, 2019) metode sampling purposive merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu. Maka akan diuraikan bahwa sampel pada penelitian perencanaan bisnis konveksi pakaian dewasa dan busana muslim ini adalah:

- i. Pemilik usaha konveksi yang diasumsikan sebagai pesaing dan jumlah sampel yang akan diambil merupakan 2 pemilik bisnis

konveksi. Kriteria pertama untuk pesaing adalah pemilik usaha konveksi yang hanya memproduksi pakaian dewasa umumnya atau tidak memproduksi busana muslim. Kriteria yang kedua adalah pemilik usaha konveksi yang memproduksi pakaian dewasa umumnya dan memproduksi busana muslim. Sampel bisnis konveksi yang akan diambil adalah Konveksi Rapi Collection dan Konveksi Rizhani.

- ii. Sebanyak 10 orang responden yang merupakan konsumen dari pesaing dan berdomisili di Kabupaten Pati. Karena memiliki karakteristik yang sama dan diambil secara acak maka 10 responden merupakan jumlah yang cukup mampu untuk mewakili populasi. 10 orang responden tersebut merupakan 5 orang konsumen dari Konveksi Rapi Collection dan 5 konsumen dari Konveksi Rizhani yang merupakan pelanggan tetap atau pelanggan loyal pesaing yang dipilih dengan pertimbangan sudah melakukan transaksi minimal sebanyak 2 kali dalam enam bulan terakhir.

3.3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data dan Sumber Data

Data atau data mentah merupakan berbagai informasi lapangan yang dicatat pada saat melakukan wawancara dan observasi langsung, saat dokumentasi atau rekaman dan lainnya yang dibuat dalam bentuk laporan lapangan (Pandjaitan & Aripin, 2017).

Menurut Pandjaitan & Aripin (2017, p. 136) Jenis data yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan berasal dari lokasi aktual terjadinya sebuah peristiwa. Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil komunikasi seperti wawancara yang dilakukan terhadap pesaing yang memiliki usaha serupa mengenai konsumen, pemasaran dan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam usaha

konveksi. Data primer ini juga dapat diperoleh dengan melakukan pengamatan seperti survey atau observasi.

Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya dan tinggal digunakan oleh peneliti untuk kepentingan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai macam sumber seperti publikasi pemerintah, data pusat statistik, data penelitian yang sudah ada sebelumnya, studi kasus hingga data yang diperoleh melalui internet atau website. (Pandjaitan & Aripin, 2017)

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan:

- i. Observasi, pada penelitian ini observasi dilakukan untuk mendapatkan data primer terkait Segmenting, Targeting dan Positioning, Layout, Lokasi, hingga memilih teknologi yang dibutuhkan.
- ii. Wawancara yang dilakukan secara tidak terstruktur dan terbuka. Wawancara dapat dilakukan dengan pemilik usaha konveksi yang diasumsikan sebagai pesaing terdekat, yaitu Konveksi Rizhani dan Ostrich Konveksi. Tujuan dilakukan wawancara tersebut adalah untuk memperoleh data primer terkait bagaimana perencanaan bisnis yang tepat untuk usaha konveksi “Dico Legends”.
- iii. Penyebaran kuesioner kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan membagikan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan kepada responden yang telah ditentukan sebagai objek pada penelitian ini. Kuesioner akan dibagikan kepada 10 responden yang merupakan konsumen dari pesaing yang pernah melakukan transaksi dan diasumsikan sebagai calon konsumen konveksi Dico Legends. Sebanyak 5 responden dari konsumen Konveksi Rizhani dan 5 responden dari Ostrich Konveksi. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk memperoleh data primer dalam mengestimasi permintaan konsumen.

3.4 Alat Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada proposal penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif. Metode analisis kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah dimana peneliti sebagai pemegang kendali dalam penarikan sampel, sumber data dan hasilnya lebih ditekankan pada makna daripada generalisasi. (Hermawan, 2019)

Metode analisis data yang kedua adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis berupa angka-angka yang bersifat konkret, objektif, rasional, terukur dan sistematis. (Hermawan, 2019)

Berikut merupakan metode yang akan digunakan dalam menganalisis data setiap bagian perencanaan bisnis Konveksi Dico Legends.

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam menganalisis segmentasi pasar, target pasar, dan *marketing mix* akan menggunakan teknik analisis kualitatif.

Dalam menganalisis permintaan konsumen, penawaran dan biaya pemasaran akan digunakan teknik analisis kuantitatif.

a. Segmenting

Dilakukan dengan cara mengklasifikasikan kelompok masyarakat Indonesia yang dipilih sebagai pangsa pasar Konveksi Dico Legends yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, penghasilan dan kelas sosial.

b. Targeting

Menetapkan target pasar yang paling potensial yang dianalisis dengan cara menarik kesimpulan dari data hasil pengelompokan segmentasi pasar yang telah dibuat.

c. Positioning

Penentuan posisi pasar yang dilakukan dengan menetapkan *image* produk yang memiliki keunikan dan lebih unggul dari produk pesaing.

d. Permintaan dan Penawaran

Mengestimasi permintaan dan penawaran dengan menganalisis data dari hasil observasi dan wawancara terhadap pesaing terkait proyeksi penjualan pesaing dengan asumsi bahwa proyeksi tersebut bias

berpengaruh terhadap perencanaan penjualan produk konveksi Dico Legends.

e. Marketing Mix Strategy

Mengkaji bauran pemasaran yang ada dalam analisis bisnis Dico Legends yaitu produk, tempat, harga dan promosi yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi pesaing.

2. Aspek Operasi dan Teknologi

Analisis kualitatif diterapkan untuk menganalisis data rencana produk, perencanaan proses, pemilihan teknologi, lokasi usaha dan perancangan tata letak. Analisis kuantitatif diterapkan untuk menganalisis data Harga Pokok Produksi (HPP)

a. Perencanaan Produk

Pada perencanaan produk, data yang dianalisis adalah data yang berkaitan tentang rencana produk mulai dari tahap awal desain hingga pada tahap akhir yang dianalisis dengan menghimpun data observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap pesaing.

b. Perancangan Proses

Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses produksi seperti tenaga kerja, mesin dan alat yang digunakan, biaya, dan kebutuhan produksi.

c. Memilih Teknologi

Analisis yang dapat dilakukan dalam memilih teknologi berkaitan dengan mesin dan alat bantu yang digunakan dalam proses produksi yaitu mesin jahit, setrika uap, obras, komputer desain, hingga peralatan produksi lainnya yang dapat mengoptimalkan efektifitas produksi pada usaha ini.

d. Pemilihan Bahan Baku

Menganalisis data hasil survey dan observasi bahan baku yang akan digunakan serta memilih sumber dari bahan baku tersebut yaitu kain Batik Bakaran, benang, resleting, hiasan dan bahan lainnya yang berasal dari sumber lokal.

e. Lokasi Usaha

Menganalisis data hasil observasi lokasi usaha dapat memungkinkan untuk memilih lokasi usaha yang strategis, sesuai dengan kebutuhan tata letak usaha serta memiliki akses dan jangkauan yang mudah ke lokasi usaha.

f. Perancangan Tata Letak

Menentukan tata letak ruang gerak dan membuat desain layout yang baik dan dapat meningkatkan efisiensi proses operasional, dan juga menarik.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Teknik analisis kualitatif akan digunakan pada analisa perencanaan sumber daya manusia yang terdiri dari spesifikasi dan deskripsi pekerjaan, struktur organisasi, penarikan pegawai, dan pengembangan karyawan. Teknik analisis kuantitatif pada aspek sumber daya manusia akan digunakan untuk menganalisa biaya pengupahan, kompensasi dan tunjangan serta biaya lainnya yang dikeluarkan dalam perencanaan sumber daya manusia.

a. Perencanaan SDM

Membuat perencanaan kepegawaian yang terorganisasi sehingga menghasilkan tenaga kerja yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan organisasi.

b. Pengorganisasian

Menganalisa data hasil observasi dan wawancara sehingga dapat ditentukan dan disusun struktur organisasi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

c. Penarikan Pegawai

Pada tahapan ini analisis data diperoleh dari wawancara dan observasi calon karyawan secara langsung dengan melakukan rekrutmen dan seleksi. Rekrutmen dilakukan dengan menyebarkan informasi rekrutmen tentang spesifikasi dan deskripsi pekerjaan yang dibutuhkan dan setelah memperoleh calon pegawai dan datanya barulah dilakukan seleksi dengan menganalisis data calon pegawai tersebut.

d. Pengembangan SDM

Pada analisis pengembangan SDM dapat dilakukan analisa terkait bagaimana cara yang digunakan dalam pengembangan SDM serta siapa SDM yang akan dikembangkan tersebut. Untuk menentukan cara pengembangan dapat dianalisis dengan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara pesaing, sedangkan untuk menentukan target SDM yang akan dikembangkan dapat dilakukan observasi secara langsung terhadap kinerja dan kompetensi karyawan.

e. Pemberian Imbalan

Menentukan upah atau imbalan atas jasa dan tenaga yang telah diberikan karyawan kepada perusahaan dengan menganalisa kemampuan yang dimiliki perusahaan dan memperhatikan besaran UMR yang berlaku di Kabupaten Pati.

4. Aspek Yuridis

Pada aspek yuridis teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif karena merupakan penjabaran secara detail bagian dari perencanaan bisnis seperti bentuk kepemilikan usaha, lokasi bisnis, bisnis yang dilaksanakan dan bagaimana bisnis dijalankan.

a. Bentuk Badan Usaha

Melakukan analisis terhadap penentuan dasar bentuk badan kepemilikan usaha yang akan dijalankan apakah akan berbentuk kepemilikan perseorangan, mitra atau kongsi.

b. Bisnis yang akan Dijalankan

Menjabarkan secara detail informasi terkait bidang usaha yang akan dijalankan mulai dari jenis usaha hingga produk yang akan diedarkan.

c. Tempat Pelaksanaan Bisnis

Menganalisis tempat dimana usaha akan dijalankan dengan menganalisa data hasil observasi.

d. Tata Cara Pelaksanaan Bisnis

Menjabarkan secara detail terkait bagaimana tata cara berjalannya kegiatan operasional bisnis sesuai dengan standar operasional perusahaan yang berlaku.

5. Aspek Keuangan

Seluruh bagian pada aspek keuangan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif.

a. Kebutuhan Dana dan Sumber Dana

Kebutuhan dana ditentukan dengan menghitung seluruh kebutuhan operasional usaha. Sedangkan sumber dana ditentukan oleh pertimbangan kecukupan untuk kebutuhan dana yang telah dihitung baik modal sendiri maupun pinjaman dari pihak ketiga. Pada laporan keuangan akan dicatat seluruh informasi dan aktivitas keuangan usaha yang meliputi laporan laba rugi dan laporan arus kas.

b. Analisis Kelayakan Investasi

Menganalisis kelayakan investasi pada perencanaan bisnis Dico Legends dengan menggunakan metode penilaian berikut:

- i. Payback Period (PP)
- ii. Net Present Value (NPV)
- iii. Internal Rate of Return (IRR)
- iv. Profitability Index (PI)

Tabel 3.3. 1 Jenis Data dan Sumber Data

Aspek yang dianalisis	Jenis Data	Data yang dibutuhkan	Keterangan	Sumber Data
		Segmenting	Geografis Demografis Psikografis	Observasi dan wawancara calon konsumen
		Targeting	Menentukan Konsumen sasaran dari segmenting	Kesimpulan dari segmentasi

Aspek Pasar dan Pemasaran	Primer	Positioning	Memposisikan produk agar memiliki kualitas dan keunggulan bersaing	Observasi keunggulan dan kelemahan pesaing.
		Permintaan dan Penawaran	Permintaan	Wawancara dengan pesaing
			Penawaran	
		Marketing Mix	Produk	Observasi pesaing dan masyarakat Kabupaten Pati
Harga				
Tempat				
Promosi				
Aspek Teknik dan Teknologi	Primer	Perencanaan produk	Desain rencana produk	Observasi pesaing dan tren pasar
		Perencanaan proses	Bagan proses produksi	Observasi tempat usaha pesaing
		Pemilihan teknologi	Kelengkapan peralatan produksi	Observasi pesaing dan Survey ke toko alat produksi
		Perencanaan Bahan Baku	Bahan yang akan digunakan untuk Proses produksi	Observasi pesaing dan Survey ke toko kain dan perlengkapan
		Lokasi	Lokasi usaha konveksi Dico Legends	Survey dan observasi di Kabupaten Pati

		Tata letak	Perancangan layout tempat usaha	Observasi dan pengolahan data
Aspek Sumber Daya Manusia	Primer	Perencanaan SDM	Deskripsi pekerjaan	Wawancara kepada pesaing dan observasi pesaing
			Spesifikasi pekerjaan	
			Struktur Organisasi	
		Penarikan pegawai	Perekrutan pegawai	Wawancara dan mengamati pelamar secara langsung
		Pengembangan	Meningkatkan kompetensi SDM	Pengamatan kinerja karyawan
		Pemberian imbalan	Gaji pegawai	Oservasi dan survey UMR Pati

Aspek Yuridis	Primer	Bentuk badan usaha	Jenis badan usaha	Observasi dan Wawancara pesaing, tinjauan literatur dan website pemerintah
		Bisnis yang dijalankan	Deskripsi detail bidang usaha konveksi	
		Tempat bisnis	Tempat usaha dijalankan	
		Waktu bisnis dilaksanakan	Jam kegiatan operasional	
Aspek Keuangan	Primer	Kebutuhan Dana	Aset Tetap	Survey harga dan estimasi perhitungan
			Modal Kerja	
			Pembiayaan Awal	
		Sumber Dana	Modal sendiri	Perhitungan pada aspek Keuangan
		Harga Pokok Produksi	Bahan baku + Biaya overhead + BTKL	Perhitungan HPP
		Aliran Kas	Arus kas masuk dan keluar	Pengolahan estimasi perhitungan
		Laporan Keuangan	Laporan Laba Rugi	Pengolahan dari estimasi arus kas
		Penilaian investasi	Payback Period	Perhitungan penilaian investasi
			Net Present Value	
			Internal Rate of Return	
Profitability Index				