

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode Penelitian Kualitatif Menurut Sugiyono (2017:9) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

3.2 Obyek dan Lokasi Penelittian

Obyek penelitian ini adalah usaha online Goods Place_id. Lokasi pada penelitian ini berada di jalan Kentangan Selatan 93C, Kelurahan Jagalan, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:225) menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil *interview* (wawancara) pemilik, dan survey dengan membagikan kuesioner kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, dan seluruh pelanggan dari toko online Goods Place_id yang pernah melakukan pembelian yang berjumlah 89 pelanggan.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, sedangkan pelanggan yang akan diambil sampel adalah 5 orang yang pernah melakukan pembelian di Goods Place_id. Teknik sampling yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan pelanggan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berbelanja di Goods Place_id minimal dua kali karena mereka lebih mengetahui kondisi Goods Place_id dibanding pelanggan biasa baik pelanggan yang memberikan nilai ulasan produk atau pelanggan yang tidak memberikan nilai ulasan produk.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan *interview* (wawancara) dan penyebaran kuesioner.

1. *Interview* (wawancara)

Menurut Sugiyono (2017:137) wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan

jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pemilik dari usaha Goods Place_id.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada pemilik dan konsumen Goods Place_id.

3.5 Metode Analisa

Metode Analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2017: 147) “Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”. Metode Analisa digunakan untuk menjelaskan langkah-langkah analisis dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh Goods Place_id untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat diantaranya yakni :

1. Menentukan *Business Model Canvas (BMC)* dengan mengidentifikasi sembilan elemen aktivitas-aktivitas yang terdapat dalam usaha Goods Place_id.

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		

Tabel 3.1 *Business Model Canvas (BMC)*

2. Melakukan analisis faktor-faktor internal (*Internal Factor*), yaitu *Strength* dan *Weakness* yang terdapat dalam usaha Goods Place_id dengan memberi rating dan bobot untuk setiap faktor yang didapat dari pembagian kuesioner kepada responden. Hasil jawaban dari responden kuesioner untuk rating akan diambil modulusnya dan hasil jawaban dari bobot akan diambil rata-ratanya.

Tabel 3.2 Rata-rata bobot faktor internal

KEKUATAN	Pemilik	Rata-rata Bobot
1.		
2.		
KELEMAHAN		
1.		
2.		
TOTAL	1,0	1,0

Tabel 3.3 Modus rating faktor internal

KEKUATAN	Pemilik	Modus Rating
1.		
2.		
KELEMAHAN		
1.		
2.		
TOTAL	1,0	1,0

3. Melakukan analisis faktor-faktor eksternal (*Eksternal Factor*), yaitu *Opportunity* dan *Threat* yang terdapat dalam usaha Goods Place_id dengan memberi rating dan bobot untuk setiap faktor yang didapat dari pembagian kuesioner kepada responden. Hasil jawaban dari responden untuk rating akan diambil modus dan hasil jawaban dari bobot akan diambil rata-ratanya.

Tabel 3.4 Rata-rata bobot faktor eksternal

PELUANG	Pemilik	Rata-rata Bobot
1.		
2.		
ANCAMAN		
1.		
2.		
TOTAL	1,0	1,0

Tabel 3.5 Modus rating faktor eksternal

PELUANG	Pemilik	Modus Rating
1.		

2.		
ANCAMAN		
1.		
2.		
TOTAL	1,0	1,0

4. Menentukan *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* pada usaha Goods Place_id.

Tabel 3.6 Matriks IFAS

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Internal				
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

5. Menentukan *External Factor Analysis Summary (EFAS)* pada usaha Goods Place_id.

Tabel 3.7 Matriks EFAS

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Eksternal				
Peluang				
Ancaman				
Total				

6. Melakukan analisis matriks IE.

Tabel 3.8 Matriks IE

	Kuat 3,00-4,00	Sedang 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99
Tinggi 3,00-4,00	I	II	III
Sedang 2,00-2,99	IV	V	VI
Rendah 1,00-1,99	VII	VIII	IX

7. Melakukan analisis matriks SWOT.

Tabel 3.9 Matriks SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES
EFAS	Tentukan 5-10 faktor – faktor kekuatan internal	(W) Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk

	untuk memanfaatkan peluang	memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

