

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, yang dijadikan obyek penelitian adalah Usaha Sikat Putih yang berlokasi Jl. Gedong Songo Tengah No. 89 RT. 14 / RW. 01 Simongan, Semarang. Sikat Putih merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa cuci sepatu. Adanya penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kondisi dan membantu Sikat Putih untuk mengembangkan usahanya, selain itu peneliti juga bermaksud untuk membantu Sikat Putih dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi yakni penjualan yang mengalami pasang surut tiap minggunya.

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

*Sugiyono* (2017) mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi yang digunakan yakni 3 pemilik Usaha Sikat Putih dan seluruh konsumen Sikat Putih periode Januari tahun 2022.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ada. *Sugiyono* (2017) mengatakan bahwa sampel adalah karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*, yang artinya sampel yang dipilih melalui pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud yakni responden yang mengenal Sikat Putih baik dari aspek internal maupun eksternal yaitu pemilik Usaha Sikat Putih dan responden yang telah memanfaatkan jasa Sikat Putih minimal 2 kali yaitu 10 orang pelanggan pada periode Januari 2022. Sehingga dapat disimpulkan sampel dari penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Sampel Penelitian**

No	Nama	Jabatan
1.	Shalsabella Septia Eka Mahendra	Pemilik sekaligus bagian pemasaran
2.	Muhammad Farchan Abdussalam	Pemilik sekaligus bagian pengerjaan
3.	Muhammad Roychan	Pemilik sekaligus bagian pengantaran
4.	10 orang pelanggan periode Januari 2022	Pelanggan Sikat Putih

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

##### 3.3.1.1 Data Primer

Data primer yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner yang dilakukan dengan 3 pemilik Sikat Putih yang sekaligus menjadi karyawan dari Sikat Putih, sehingga mereka sudah paham mengenai kondisi internal serta eksternal dari Sikat Putih. Selain itu data primer juga didapatkan dari hasil kuesioner dengan 10 orang konsumen yang telah memanfaatkan jasa Sikat Putih minimal 2 kali per periode Januari 2022.

##### 3.3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini meliputi data penjualan Sikat Putih periode 3 bulan terakhir (November 2021, Desember 2021, Januari 2022)

#### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu dengan sebagai berikut :

##### 1.1.1.1 Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan angket kuesioner kepada para responden guna memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan. Dari

data tersebut maka dapat diketahui mengapa penjualan Sikat Putih mengalami pasang surut tiap minggunya selain itu dapat menganalisa kondisi dari Sikat Putih. Kuesioner pada penelitian ini nantinya akan diisi oleh pemilik sekaligus karyawan yakni Shalsabella Septia Eka Mahendra, Muhammad Farchan Abdussalam, dan Muhammad Roychan.

#### **3.3.2.1 Wawancara**

Pengumpulan data menggunakan wawancara dapat dilakukan dengan pewawancara mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancari. Wawancara dapat dilakukan secara personal, melalui tatap muka maupun telepon. Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan pemilik sekaligus karyawan yakni Shalsabella Septia Eka Mahendra, Muhammad Farchan Abdussalam, dan Muhammad Roychan.

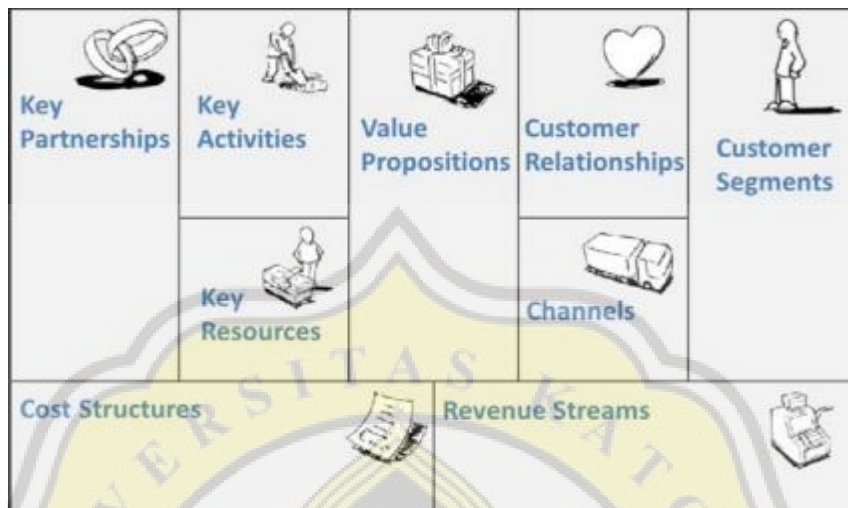
### **3.4 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini peneliti menganalisis data menggunakan metode analisis deskriptif dimana nantinya akan membentuk penelitian yang sifatnya metode kualitatif dan kuantitatif. Kuantitatif berupa menghitung bobot dan skor, sedangkan kualitatif untuk menganalisis *Business Model Canvas* dan analisis *SWOT*. Berikut penjelasan mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan guna menganalisis kondisi dan permasalahan Sikat Putih :

1. Mengumpulkan data dan informasi yang terkait  
Data dan informasi yang terkait dengan Sikat Putih dapat dilihat melalui wawancara dan penyebaran kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya.
2. Data dan informasi tersebut lantas dijabarkan sesuai dengan sembilan elemen *Business Model Canvas*.

Tujuan dari langkah ini yaitu untuk menentukan model dan strategi bisnis yang tepat serta untuk mengetahui hubungan antar elemen pada metode *Business Model Canvas*. Sembilan elemen tersebut meliputi *customer segment, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure*.

**Gambar 3.1**  
***Business Model Canvas***



Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2010)

3. Menganalisis faktor internal (*Strength* dan *Weakness*) dan eksternal (*Opportunity* dan *Threat*) pada Sikat Putih.
4. Memberikan tanggapan atas hasil rekapitulasi faktor internal dan eksternal Usaha Sikat Putih. Hal tersebut dapat ditentukan dengan interval sebagai berikut :

Keterangan :

$n$  = jumlah sample

$m$  = jumlah alternatif jawaban tiap item

Dari keterangan di atas, maka dapat ditentukan interval dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{n(m-1)}{m}$$

$$\text{Interval} = \frac{10(5-1)}{5}$$

$$\text{Interval} = 8$$

Berdasarkan perhitungan diatas, didapatkan interval tiap kategori adalah 8, dimana hasil terendah adalah 10 dan tertinggi adalah 50. Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Rentan Skala Kuesioner**

<b>Interval</b>	<b>Keterangan</b>
10 – 18	Sangat Tidak Setuju
19 – 27	Tidak Setuju
28 – 36	Netral
37 – 45	Setuju
>46	Sangat Setuju

5. Melakukan analisis *IFE* dan *EFE* pada tiap faktor *SWOT* Usaha Sikat Putih.
  - a) Pemilik memberi bobot tiap faktor mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total dari keseluruhan bobot harus sama yaitu 1,0.
  - b) Pemilik menentukan rating 1 (sangat lemah), 2 (lemah), 3 (kuat), 4 (sangat kuat) berdasarkan kondisi dari Perusahaan Sikat Putih. Faktor internal harus berada pada rating 3 atau 4, sedangkan faktor eksternal berada pada rating 1 atau 2.
  - c) Kemudian tiap bobot dikalikan dengan tiap rating untuk menentukan skor bobot total.

**Tabel 3.3**  
***Internal Factor Evaluation (IFE)***

No	Sembilan Elemen dalam <i>Business Model Canvas</i>			
	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1.				
2.				
<b>Kelemahan</b>				
1.				
2.				

**Tabel 3.4**  
***Eksternal Factor Evaluation (EFE)***

No	Sembilan Elemen dalam <i>Business Model Canvas</i>			
	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1.				
2.				
<b>Ancaman</b>				
1.				
2.				

6. Membuat matriks IE

Matriks IE digunakan untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dan akurat untuk nantinya akan digunakan. Dengan menggunakan matriks IE dapat melihat posisi bisnis sehingga dapat menentukan langkah apa

selanjutnya. Diagram matriks IE terdapat 9 sel, penjelasannya sebagai berikut :

- a) Sel I, II, dan IV merupakan strategi *Grow and Build*. Strategi yang tepat yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk atau strategi *integrative*.
- b) Sel III, V, VII merupakan strategi *Hold and Maintain*. Strategi yang tepat adalah penetrasi pasar dan pengembangan
- c) Sel VI, VIII, IX merupakan strategi *Harvest* atau *Divestiture*. Strategi yang tepat yaitu divestasi diverifikasi, likuidasi.

**Tabel 3.5**  
**Matriks IE**

SKOR BOBOT TOTAL IFE				
		Kuat (3,0 – 4,0)	Sedang (2,0 – 2,99)	Lemah (1,0 – 1,99)
SKOR EFE	Kuat (3,0 – 4,0)	I	II	III
	Sedang (2,0 – 2,99)	IV	V	VI
	Lemah (1,0 – 1,99)	VII	VIII	IX

7. Membuat Matriks SWOT

Masukkan data internal dan data eksternal dari Usaha Sikat Putih ke dalam Matriks *SWOT*. Kemudian cocokkan dan analisis data tersebut sesuai dengan posisi balok yang sudah ditentukan untuk mendapatkan strategi yang tepat.



**Tabel 3.6**  
**Matriks SWOT**

<b>IFE</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<b>EFE</b>	<b>(Strengths)</b>	<b>(Weakness)</b>
<b>Peluang</b> <b>(Opportunities)</b>	<b>Strategi SO</b>  Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b>  Menciptakan strategi untuk meminimalisir adanya kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Ancaman</b> <b>(Threats)</b>	<b>Strategi ST</b>  Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengantisipasi ancaman	<b>Strategi WT</b>  Menciptakan strategi untuk meminimalisir kelemahan untuk mengatasi ancaman

Sumber : *Osterwalder&Pigneur* (2010)

8. Strategi alternatif dapat dilihat dari hasil analisis Matriks *IE* dan Matriks *SWOT*. Strategi tersebut nantinya diterapkan pada *Business Model Canvas* yang baru pada usaha Sikat Putih.