

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu kondisi yang menggambarkan atau menerangkan suatu situasi dari objek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian. Objek pada penelitian ini adalah Guppy Jayafarm, yang bertempat di Jl. Wanara Barat No 741 Pedurungan Tengah, Semarang.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian perencanaan bisnis ini adalah kualitatif. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah wawancara, observasi, kuesioner. Wawancara kepada pesaing Wibowo Farm, digunakan untuk mengumpulkan data mengenai *targeting*, *positioning*, *marketing mix*, perencanaan SDM, *Job Desc* & *Job Spec*. Observasi dilaksanakan untuk mengumpulkan data mengenai *layout* dan proses produksi atau proses ternak dari pesaing (Wibowo Farm). Kemudian kuesioner diberikan kepada konsumen pesaing (Wibowo Farm) yang sebelumnya sudah memiliki pengalaman membeli ikan Guppy secara online di Facebook. Kuesioner disebar ke responden konsumen Wibowo Farm dengan sampel 20 konsumen pesaing yang pernah beli di Wibowo Farm. Kuesioner dibuat untuk mengumpulkan data tentang segmentasi pesaing, untuk menjawab tujuan pengelompokan demografis konsumen pesaing berdasarkan usia, gender, dan pendapatan. Pengelompokan Psikografis konsumen pesaing berdasarkan aktivitas, minat, opini. Pengelompokan geografis konsumen pesaing berdasarkan wilayah, kota atau daerah. Dianalisa dengan menggunakan metode STP (*Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*). Kemudian perhitungan data sekunder/ hasil perhitungan keuangan Guppy Jayafarm yaitu menghitung *cash flow*, dan 3 metode kelayakan bisnis yaitu NPV, IRR, PP. Perhitungan ini digunakan untuk mengetahui bisnis Guppy Jayafarm *feasible* atau tidak *feasible*.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Guppy Jayafarm yang berlokasi di Jl. Wanara Barat 741 Semarang Jawa Tengah.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.4.1 Perencanaan bisnis

Perencanaan bisnis yang dilakukan adalah dengan menyusun perencanaan bisnis dari bisnis ikan Guppy Jayafarm ditinjau dari aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek operasi dan aspek sumber daya manusia (SDM)

3.4.2 Aspek Pemasaran dari perencanaan bisnis Ikan Guppy JayaFarm diperoleh melalui:

A. *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)*

Pada proses perencanaan bisnis ini dilakukan berdasarkan dua segmentasi, yaitu:

I. Segmentasi Geografis: Pembagian wilayah geografis pasar Guppy Jayafarm dalam wilayah-wilayah berbeda melalui grup facebook khusus guppy semarang maupun luar kota sesuai lokasi orang-orang dalam grup itu berlokasi.

II. Segmentasi Psikografis: Proses pembagian konsumen dengan cara mengelompokkan atas dasar variabel psikografis gaya hidup yaitu aktivitas, minat dan Opini.

III. Segmentasi Demografis: Proses pembagian konsumen dengan cara mengelompokkan atas dasar variabel demografis yaitu umur, jenis kelamin, pendapatan, agama. Segmentasi demografis dalam Guppy Jayafarm lebih difaktorkan pada demografis usia, gender, dan pendapatan. Kemudian dilanjutkan dengan *targeting*, pangsa pasar yang mempunyai potensial yang besar. Langkah selanjutnya, *positioning*,

menciptakan ciri khas agar mendapatkan hati dari masyarakat pecinta ikan Guppy.

B. Bauran Pemasaran 4P (*Product, Place, Price, Promotion*)

- I. *Product*: Ikan Guppy Leopard, Guppy ASSRT, Guppy Albino Snakeskin Gen King Koi, Bluesky, Ivory.
- II. *Place*: Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi online, yaitu Grup Facebook Pecinta Guppy antar daerah dan pusat, Tokopedia, Shoope, Instagram. Kemudian jika konsumen ingin langsung ke tempat peternakan bisa datang ke tempat Guppy Jayafarm untuk melihat-lihat jenis lain Guppy yang sedang di kultur/ diternakan.
- III. *Price*: Guppy Jayafarm menetapkan standar harga untuk setiap jenis ikan guppy.
- IV. *Promotion*: Pemasaran dalam Guppy Jayafarm menggunakan fitur promosi Tokopedia *ads*, Shoope *ads*, postingan manual melalui Instagram, dan postingan melalui grup facebook pecinta guppy.

3.4.3 Aspek Operasi

A. Lokasi

Merupakan tempat dimana Guppy Jayafarm menternakan ikan Guppy, memproduksinya dan juga berjualan yaitu melalui media sosial. Penentuan lokasi media sosial yang akan digunakan baik untuk menjual atau memasarkan produk serta berpromosi adalah Tokopedia, Shoope, Facebook, Instagram.

B. Layout

Tata letak Guppy Jayafarm terdapat 6 akuarium kecil, 5 baskom kotak.

C. Proses Produksi

Proses produksi akan dilakukan di rumah owner sendiri seperti pada peralatan aquarium dan pakan. Proses packing produk

sesuai dengan jumlah pesanan, pengantaran atau pendistribusian kepada konsumen. Awal membeli sepasang Ikan Guppy dewasa dipelihara, kawin lalu hamil melahirkan, satu induk betina jika dibuahi induk jantan bisa hamil sampai 3x, melahirkan yang pertama 20 anakan guppy. Hamil yang kedua antara 20 sampai 50 ekor anakan guppy. Untuk hamil ketiga antara 50-100 ekor anakan guppy. Proses distribusi akan mendistribusikan melalui Grup Facebook, Tokopedia, Shoope, Instagram. Lokasi supplier berada di Nogososro, Tlogosari. Standar kualitas bahan baku pada Ikan Guppy adalah keindahan dari warna tubuh dan ekor Ikan Guppy. Untuk pakan kutu air membudidaya sendiri dirumah.

D. Penjadwalan

Jam buka-tutup Guppy Jayafarm: 08:00-22:00 via Tokopedia, Facebook dan Instagram. Ikan Guppy untuk jam konsumsi pakan ikan atau konsumsi ikan jam 08:00-10:00, Sore jam 15:30-16:30.

E. Pemeliharaan

Ikan Guppy untuk jam konsumsi pakan ikan atau konsumsi ikan jam 08:00-10:00, Sore jam 15:30-16:30. Dalam merawat Guppy tidak boleh sering-sering menguras air karena PH air sendiri, untuk menjernihkan air dan menyesuaikan ph air, pemilik menggunakan alat filter Gantung AA-501 ini gunanya untuk menyaring kotoran di air sehingga lebih jernih, tidak harus menguras air yang artinya jika dikuras airnya ph nya akan berbeda yang akan mengakibatkan ikan gampang mati jika ph nya sering berganti. Untuk Guppy yang sudah beranak atau melahirkan anak langsung dipindahkan ke kolam lain untuk menghindari aksi memakan dari induk, sehingga anak tetap hidup. Kemudian untuk pakan Guppy sendiri menggunakan pakan merk MeM 100 gr habis sekitar 10 bulan dan ini menghemat

pengeluaran untuk makan guppy sendiri, selain itu pakan Guppy juga menggunakan kutu air yang diproduksi sendiri karena kutu air sulit untuk didapatkan di pasar ikan karena ketersediaannya musiman. Sehingga kami mencoba mengkultur sendiri kutu air untuk pangan guppy kami. Kegunaan dari kutu air adalah membuat warna badan dan ekor dari guppy lebih bersinar dan bagus, karena kutu air sendiri memiliki protein yang tinggi. Virus jamur merupakan faktor yang menyebabkan Ikan Guppy mati, maka untuk mencegah terjadinya kejadian tersebut sebulan sekali diberi anti jamur. Anti jamur Pro Biotik habis dalam 2 tahun karena pemakaiannya tidak banyak atau sedikit kemudian dicampur kedalam air baru dimasukkan ke akuarium.

F. Harga Pokok Produksi (HPP)

Perhitungan laporan keuangan tiap berproduksi pada Guppy Jayafarm yang bergerak secara online. Untuk periode produksi hingga siap dijual adalah 2 bulan.

3.4.4 Aspek Sumber Daya Manusia

Perencanaan bisnis pada aspek ini akan melakukan perencanaan sumber daya manusia dan rekrutmen yang akan dibutuhkan pada Guppy Jayafarm kedepannya. Kemudian akan melakukan penyusunan job specification, job description dan juga struktur organisasi bisnis “Guppy Jayafarm” yang paling sesuai bagi posisi maupun kepentingan kelancaran bisnis “Guppy Jayafarm” tersebut. Namun untuk kegiatan produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan akan dikelola sementara waktu oleh owner terlebih dahulu.

3.4.5 Aspek Keuangan

Perencanaan bisnis pada aspek keuangan akan melakukan perhitungan kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh “Guppy Jayafarm” dengan menghitung seluruh dana yang dibutuhkan untuk mendirikan bisnis ini. Kemudian akan melakukan perhitungan penyusunan arus kas

laporan keuangan yang memperlihatkan penerimaan kas dan pengeluaran kas perusahaan selama satu periode waktu. yang dimiliki “Guppy Jayafarm” yang kemudian arus kas ini untuk menghitung analisis kelayakan.

Aspek ini juga akan melakukan analisis kelayakan dengan menggunakan 3 metode analisis, yaitu yang pertama adalah melakukan perhitungan menggunakan metode NPV/ Net Present Value

Metode IRR / Internal Rate of Return, ketiga metode tersebut akan menunjukkan apakah perencanaan bisnis ini baik dan benar, serta mampu untuk direalisasikan.

Kemudian metode PP / Payback Period yaitu merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis kelayakan investasi dengan menilai jangka waktu pengembalian seluruh modal yang telah diinvestasikan dalam usaha tersebut

3.5 Analisis Data

1. Alat Analisis Data

Alat untuk menganalisa data pada perencanaan bisnis Guppy Jayafarm ini adalah dengan cara non statistik yaitu:

1. Rencana pasar dan pemasaran yang merupakan aspek-aspek yang dikaji rencana pasar dan pemasaran meliputi potensi pasar, strategi pemasaran yang meliputi bauran pemasaran (marketing mix), dan STP (segmenting, targeting, positioning).
2. Rencana manajemen operasi adalah serangkaian aktivitas untuk menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui transformasi input menjadi output. Aktivitas merupakan proses atau sekumpulan kegiatan yang memerlukan satu atau lebih dari input, merubah dan menambah nilai pada input tersebut, sehingga dapat memberikan satu atau lebih output bagi pelanggan. Input terdiri atas Tenaga kerja (proses produksi, pengawasan, pengendalian), modal

(peralatan dan fasilitas seperti desain produksi, layout). Sedangkan outputnya adalah barang.

3. Rencana manajemen sumber daya manusia yang merupakan kajian terhadap rencana manajemen dan organisasi meliputi kebutuhan tenaga kerja, struktur organisasi, deskripsi dan spesifikasi kerja.
4. Rencana analisa finansial keuangan yang merupakan aspek-aspek yang digunakan dalam rencana keuangan meliputi analisis laporan keuangan dan analisis kelayakan bisnis yaitu Arus Kas, NPV, IRR, serta payback periode.

2. Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2015) teknik analisis data adalah cara yang digunakan untuk menjawab dari rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah ada dalam proposal penelitian. Tabel analisis data terdapat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Analisis Data

Aspek yang Diteliti	Data yang dibutuhkan	Indikator	Metode Pengumpulan Data	Analisa Data	Sumber Data
Aspek Pasar dan Pemasaran	<i>Segmentasi (Segmenting)</i>	Demografis	Kuesioner	Secara deskriptif pengelompokan konsumen pesaing berdasarkan usia, gender, dan pendapatan	Data tentang segmentasi demografis yang diperoleh dari konsumen pesaing
		Psikografis		Pengelompokan konsumen pesaing berdasarkan AIO (Aktivitas, Minat, Opini)	Data tentang segmentasi psikografis yang diperoleh dari konsumen pesaing

	Geografis		Pengelompokan konsumen pesaing berdasarkan wilayah, kota atau daerah	Data tentang segmentasi geografis yang diperoleh dari konsumen pesaing
Menentukan target atau sasaran (<i>Targeting</i>)	Pemilihan segmen yang paling potensial	Wawancara	Menentukan segmen pasar yang paling potensial: usia, daerah, penghasilan	Sumber data targeting diambil dari hasil segmentasi pasar yang sudah dilakukan, dan pertimbangan mengenai hasil wawancara dengan pesaing
Memposisikan produk (<i>Positioning</i>)	Produk Guppy	Wawancara	Penciptaan <i>point of Difference</i>	Sumber data positioning diambil dari hasil penentuan target yang paling potensial dan pertimbangan mengenai hasil wawancara positioning produk pesaing

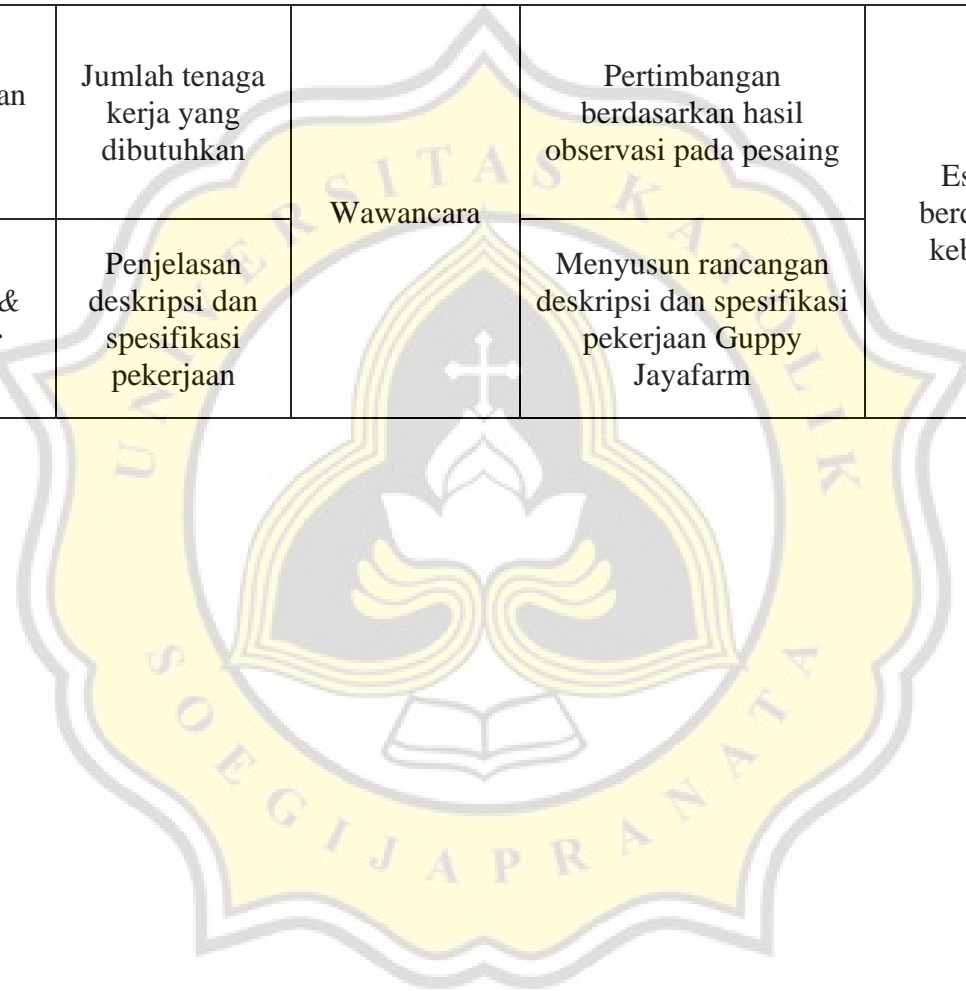
Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	Produk (Product)	Wawancara	Perbandingan produk dengan pesaing	Data diperoleh dari perbandingan produk dengan pesaing produk yang diminati para pelanggan.
	Harga (Price)		Perbandingan harga dengan pesaing	Dari perbandingan produk kemudian membandingkan harga produk dengan pesaing
	Tempat (Place)		Memilih distribusi yang mudah dijangkau	Sumber data diambil dari hasil wawancara dengan pesaing mengenai distribusi yang mudah dijangkau

		Promosi (<i>Promotion</i>)	Memilih sarana promosi yang paling efektif	Sumber Data diambil dari hasil wawancara dengan pesaing mengenai sarana promosi yang paling efektif
--	--	---------------------------------	--	---

Aspek Operasi	Lokasi	Lokasi Usaha	Lokasi Pemilik Guppy Jayafarm	Lokasi Pemilik Guppy Jayafarm
	Harga Pokok Produksi	Biaya Bahan baku	Perhitungan	Ditentukan berdasarkan perkiraan tingkat penjualan
Biaya tenaga kerja langsung		Dihitung berdasarkan jumlah tenaga kerja yang terkait langsung dengan produk		Estimasi berdasarkan kebutuhan

		Biaya Overhead	Memperhitungkan biaya: Bahan baku penolong, tenaga kerja tidak langsung, penyusutan, air, listrik.	
Layout		Pembagian Layout ruang	Mempertimbangkan hasil observasi pesaing, kemudian memperhitungkan kebutuhan ruangan dari awal hingga akhir produksi	Data diperoleh dari pertimbangan hasil observasi layout ruang pesaing
Proses Produksi		Alur Produksi	Observasi Analisa bagaimana proses produksi akan dilakukan, peralatan apa saja yang digunakan untuk ternak Guppy	Data diperoleh dari Analisa bagaimana proses produksi akan dilakukan, peralatan apa saja yang digunakan untuk ternak Guppy oleh pesaing

Aspek Sumber Daya Manusia	Perencanaan SDM	Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan	Wawancara	Pertimbangan berdasarkan hasil observasi pada pesaing	Estimasi berdasarkan kebutuhan
	<i>Job Desc & Job Spec</i>	Penjelasan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan		Menyusun rancangan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan Guppy Jayafarm	



Aspek Keuangan	Kebutuhan Dana	Dana Investasi	Perhitungan	Menghitung seluruh dana yang dibutuhkan untuk mendirikan	Perhitungan yang didapat dalam anggaran produksi
	Sumber Dana	Dana Pribadi		Dana Pribadi	Dana Pribadi
	Analisis Kelayakan	NPV	Perhitungan	Dihitung dengan rumus NPV dengan mengacu pada kriteria kelayakan: NPV>0, maka rencana bisnis diterima (feasible) NPV<0, maka rencana bisnis ditolak (not feasible)	Perhitungan modal awal yang dibutuhkan untuk mendirikan Guppy Jayafarm

		<i>Payback Period</i>		<p>Dihitung dengan rumus PP dengan mengacu pada kriteria kelayakan: Proyek diterima apabila nilai PP lebih pendek dari nilai umur ekonomis proyek. (feasible)</p>
		IRR		<p>Dihitung dengan rumus IRR dengan mengacu pada kriteria kelayakan (feasible):</p> <p>Jika hasil IRR hit > tingkat suku bunga → investasi layak, (feasible)</p> <p>Jika hasil IRR hit < tingkat suku bunga → investasi tidak layak (not feasible)</p>

Sumber metode analisis dalam tabel di atas diambil melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan perhitungan.