

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Dan Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah bisnis Huang.CO. Bisnis Huang.CO ini merupakan perusahaan yang membuat berbagai jenis parfum. Bisnis ini berlokasi di Lokasi usahanya adalah di Jl. Tlogo Timun 1 Blok. G no.14 untuk lokasi produksi. Sedangkan untuk outlet, belum merencanakan pembukaan outlet offline, mengingat budget dan target pasarnya yaitu pasar E-commerce.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang memberi produk parfum di Huang.CO.

3.2.2. Teknik Sampling

Teknik penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *sampling purposive*. Teknik Non Probability Sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan Teknik Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2015:84) pengertian Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.” Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling adalah karena

tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih Teknik *Purposive Sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, terdapat kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pernah membeli produk parfum Huang.CO
2. Pernah membeli produk parfum di toko lain

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang dilakuka pada penelitian ini terdapat 2 jenis data yaitu:

a. Data Primer

Untuk data primer pada penelitian berupa produk/jasa yang diberikan kepada konsumen dalam penelitian ini, harga produk yang akan dipasarkan, cara promosi yang akan dilakukan, target pasar yang diharapkan, bauran pemasaran, lokasi perusahaan yang akan digunakan sebagai lokasi usaha, dan pendapatan operasional, tenaga kerja, deskripsi pekerjaan dan spesifikasi.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder yang termasuk dalam penelitian ini adalah data yang terkait dengan aspek hukum, lingkungan, dan keuangan (seperti kelayakan komersial, laba rugi, dan arus kas) yang dilisensikan oleh lembaga komersial.

Data pada penelitian ini digunakan untuk merencanakan bisnis usaha parfum Huang.co dalam tiga tahun kedepan. Target usaha parfum Huang.co dalam tiga tahun kedepan mencapai penjualan 10.000 unit, dengan meraih keuntungan Rp. 400.000.000,00. Data penelitian digunakan untuk menentukan penetapan visi dan misi, penetapan tujuan dan sasaran, penetapan program di bidang pemasaran, operasi, Sumber Daya Manusia dan Keuangan.

Tabel 3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber Data				
Aspek Yang Dianalisis	Jenis Data	Data yang Dibutuhkan	Keterangan	Sumber Data
Aspek Pemasaran	Primer	Segmentasi Pasar	Aspek geografis	Data diambil dari hasil kuesioner survei.
			Aspek demografi	
			Aspek psikografis	
			Aspek perilaku	
		Sasaran Pasar Analisis	Sasaran pasar yang digunakan oleh Huang.Co terdiri dari tiga aspek pemasaran yaitu ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan structural segmen, serta sasaran dan sumber daya.	Data diperoleh dari kesimpulan segmentasi.
Menentukan	Penentuan posisi	Data diambil dari		

		Posisi Pasar	pasar Huang.Co dilakukan dengan mengikuti tiga langkah yakni mengidentifikasi keunggulan kompetitif, memilih keunggulan kompetitif, serta mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi.	hasil wawancara terhadap pemilik.
		Bauran Pemasaran	<i>Product</i> <i>Price</i> <i>Place</i> <i>Promotion</i>	Data dari hasil wawancara dan observasi terhadap konsumen.
Aspek Operasi	Primer	Lokasi	Penentuan lokasi usaha yang tepat untuk mendirikan usaha.	Usaha Huang.CO
		Peralatan	Alat-alat yang dibutuhkan dalam proses produksi parfum dan juga untuk proses transaksi konsumen	
		Layout	Menata tata letak ruang tempat usaha.	
		Perencanaan Sumber Daya	Deskripsi pekerjaan	Hasil dari wawancara

Aspek Sumber Daya Manusia	Primer		Spesifikasi Pekerjaan	terhadap pesaing usaha Huang.CO
		Pelatihan Sumber Daya	Pelatihan diberikan dalam bentuk soft skill dan hard skill	Mengawasi dan mengamati kinerja dari karyawan yang bekerja di Huang.CO
		Kompensasi dan tunjangan	Kompensasi yang diperhitungkan dari gaji bulanan dan disesuaikan dengan jumlah hari masuk karyawan tersebut	Ditentukan oleh pemilik Huang.CO
Aspek Keuangan	Sekunder	Kebutuhan Dana dan Sumber Dana	Kebutuhan dana merupakan modal yang dibutuhkan dalam membangun usaha Huang.CO. Sumber dana dalam membangun Huang.CO yaitu diperoleh dari modal sendiri	Ditentukan oleh pemilik Huang.CO
		Laporan Keuangan	Laporan keuangan merupakan laporan untuk mengetahui proses pendanaan dalam Huang.CO dari awal periode hingga akhir tahun	
		Analisis Kelayakan	Analisis ini digunakan untuk menganalisis keuangan pada usaha Huang.CO yang digunakan	

			untuk mengetahui apakah usaha ini layak atau tidak untuk dijalankan	
--	--	--	---	--

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penelitian ini adalah:

1). **Wawancara**

Wawancara ini dilakukan guna mendapatkan data primer yang dibutuhkan dalam melakukan sebuah penelitian. Wawancara sendiri dilakukan oleh konsumen dan pesaing pada bisnis Huang.CO. Wawancara akan dilakukan dengan 5 konsumen dan 2 pesaing bisnis Huang. CO. Daftar pertanyaan wawancara yang diajukan terdapat pada lampiran pedoman wawancara.

2). **Kuesioner**

Kuesioner digunakan untuk melihat bagaimana aspek pasar Usaha Huang.CO untuk menentukan tujuan, sasaran dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Kuesioner ini akan disebar oleh 50 orang responden yang akan menjadi objek pada penelitian ini. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk dari usaha Huang.CO minimal 1 kali dalam

6 bulan terakhir. Kuesioner akan dibagikan secara online melalui *google form*.

3). **Observasi**

Pada penelitian ini observasi bertujuan untuk mengatasi sebuah segmentasi yang dimiliki oleh pesaing yang ada di lingkungan usaha Huang.CO.

3.5. Alat Analisis Data

Data kuesioner akan dianalisis menggunakan presentase dan frekuensi. Hasil tersebut akan digunakan untuk menentukan strategi dan bagaimana merencanakan program-program untuk mencapai target dalam tiga tahun. Sedangkan data wawancara akan dianalisis secara kualitatif.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, teknik yang diterapkan pada penelitian ini adalah:

Tabel 3.2. Teknik Analisis data

Aspek Pemasaran	1). Segmentasi 2). Targeting 3). Positioning
-----------------	--

	4). Bauran pemasaran
Aspek Operasi	1). Lokasi 2). Layout
Aspek Sumber Daya Manusia	1). Perencanaan Sumber Daya 2). pelatihan Sumber Daya 3). Kompensasi dan Tunjangan
Aspek Keuangan	Biaya perencanaan untuk memenuhi tujuan, teraget dan menjalankan program-program yang ingin dicapai Usaha Huang.CO dalam tiga tahun.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Berikut adalah metode analisis yang diterapkan dalam Usaha Huang.CO

a. Aspek Pemasaran

Dalam rencana pemasaran, pertama akan dilakukan analisis STP (*segmentation, targeting, dan positioning*) dan bauran pemasaran. Hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi segmen yang dituju, dan memastikan target yang akan dituju, serta melakukan *positioning* perusahaan. Langkah kedua adalah melakukan strategi bauran pemasaran produk. Dalam hal ini akan dilakukan analisis menggunakan konsep 4P yang terdiri dari *product, price, place, promotion*. Pada Usaha Huang.CO produk yang dijual adalah membuat berbagai jenis parfum. Harga parfum yang dijual di Huang.CO juga tergolong harga yang terjangkau. Promosi dilakukan oleh Huang.CO melalui pasar *E-commerce*. Berikut ini adalah kategori untuk bauran pemasaran:

Rentang skala	Kategori
1,00 – 3,00	Rendah
3,01 – 5,00	Tinggi

b. Aspek Operasi

Aspek operasi yang akan dianalisis di sini menyangkut proses perencanaan bisnis secara teknis, dan pengoperasiannya pada saat bisnis sudah mulai berjalan, untuk dapat mengevaluasi keberhasilan bisnis yang bersangkutan. Aspek operasi dalam suatu bisnis haruslah mempertimbangkan hal-hal berikut :

a) Lokasi. Pemasaran dilakukan melalui media elektronik seperti instagram, facebook, tokopedia, dan shopee telah dilakukan oleh produk perfung Huang.Co. Sedangkan untuk lokasi usahanya adalah di Jl. Tlogo Timun 1 Blok. G no.14 untuk lokasi produksi. Sedangkan untuk outlet, belum merencanakan pembukaan outlet offline, mengingat budget dan target pasar kami yaitu pasar *e-commercce*. Alasan lebih memilih pemasaran melalui *e-commercce* adalah selain untuk menghemat biaya operasional, pemasaran melalui digital juga dirasa lebih efektif karena dapat menjangkau ke segmen pasar yang lebih luar dibandingkan dengan secara offline. Alasan lainnya adalah karena pada saat ini Indonesia juga sedang mengalami Pandemi Covid 19 dimana hal tersebut menyebabkan Pemerintah memberikan aturan untuk Pembatasan Sosial sehingga aktivitas di luar rumah pun menjadi sangat terbatas.

b) Skala industri. Huang.CO memasarkan produk untuk usia dewasa untuk semua kalangan.

c) Huang.CO juga memiliki manajemen sendiri untuk pemasaran produknya.

d) Huang. CO juga memiliki ruang tersendiri untuk melakukan foto untuk produknya. Ruangan di tata sebaik mungkin agar hasil foto untuk media promosi menjadi menarik.

c. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam menjalankan bisnis Huang.CO, pemilik perusahaan bertanggung jawab untuk mengelola keuangan perusahaan, menyeleksi dalam penerimaan karyawan, merancang strategi untuk perusahaan. Huang.CO saat ini membutuhkan 2 orang dengan spesifikasi *Job Description* yaitu: Fernando Adna Wijaya bertanggungjawab pada bagian pemasaran produk dan Customer Service. Liem Aldi Hansen bertanggungjawab terhadap pembelian bahan baku, produksi hingga proses distribusi.

Huang.CO menganalisis hal berikut sebagai perencanaan sumber daya manusia:

4. Perencanaan Sumber Daya

Dalam proses perencanaan Sumber Daya, Huang.CO melakukan perekrutan bagian produksi dan pengemasan, Huang.CO menentukan kualifikasi yang mengerti, memahami dan mau belajar seputar parfum dan bisnis.

5. Pelatihan Sumber Daya

Huang.CO akan memberikan pelatihan yang sesuai dengan pekerjaan. Pelatihan diberikan dalam bentuk soft skill dan hard skill. Soft skill adalah pelatihan untuk memperkaya pengetahuan karyawan akan hal-hal yang

berhubungan dengan personal karyawan seperti motivasi. Sedangkan hard skill lebih ke pelatihan yang berhubungan langsung dengan pekerjaan agar bisa bekerja lebih lagi dari waktu ke waktu.

6. Kompensasi dan Tunjangan

Apabila ada karyawan yang dipecat atau mengundurkan diri dikarenakan alasan tertentu baik masalah teknis maupun non teknis maka karyawan akan diberikan kompensasi yang diperhitungkan dari gaji bulanan dan disesuaikan dengan jumlah hari masuk karyawan tersebut.

d. Aspek Keuangan

Aspek keuangan pada bisnis ini akan dilakukan dengan metode kuantitatif.

1. Analisis Kebutuhan Dana

2. Analisis Laporan Keuangan yang terdiri dari:

- a) Neraca yaitu prakiraan pendapatan dan pengeluaran
- b) Arus Kas yaitu prakiraan aliran kas pada bisnis
- c) Laba Rugi yaitu prakiraan laba pada bisnis

3. Analisis kelayakan bisnis yang terdiri dari :

a) *Net Present Value* (NPV)

NPV dihitung dengan menggunakan rumus :

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t}$$

Keterangan :

NPV = *Net Present Value*

- K = *Discount rate*
- At = *Cashflow* pada periode 1
- n = Periode terakhir di mana *cashflow* diharapkan

Kriteria penilaian menurut Riyanto, (2001):

- a. Bila NPV positif maka proyek investasi layak
- b. Bila NPV negatif maka proyek investasi tidak layak (Purnatiyo, 2014).

b) *Payback Period (PP)*

Dalam menghitung PP untuk usaha Huang.CO menggunakan rumus sebagai berikut

:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Cashflow}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria seleksi menurut Sutrisno (2009):

- a. Jika *payback period* lebih besar dibandingkan dengan target kembalinya investasi, maka proyek tidak layak.
- b. Jika *payback period* lebih kecil dibandingkan dengan target kembalinya investasi, maka proyek investasi layak (Purnatiyo, 2014).

c) *Internal Rate of Return (IRR)*

Dalam menghitung IRR untuk usaha Huang.CO menggunakan rumus sebagai berikut :

$$IRR = RR + \frac{NPV_{rr}}{TPV_{rr} + TVP_{rt}} \times (rt - rr)$$

Keterangan :

IRR = *Internal Rate of Return*

NPV = *Net Present Value*

TPV = *Total present value*

rr = Tingkat *discount rate* (r) lebih rendah

rt = Tingkat *discount rate* (r) lebih tinggi

Kriteria seleksi menurut Sutrisno (2009) :

- a. Jika IRR lebih kecil dari tingkat bunga yang disyaratkan, maka proyek investasi kurang layak.
- b. Jika IRR lebih besar dari tingkat bunga yang disyaratkan, maka proyek investasi layak (Purnatiyo, 2014).

Aspek keuangan dinyatakan layak jika adanya sumber dana yang sesuai dengan kebutuhan, laporan keuangan yang terstruktur dan analisis keuangan yang layak untuk Huang.CO.