

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini membahas tentang usaha dibidang fashion terutama produk pakaian dengan konsep bisnis non-konvensional atau bisnis online dengan nama “Onset” yang memiliki arti Online Setiap Saat. usaha bisnis online ini direncanakan berada di Semarang, Jawa Tengah Indonesia. walaupun demikian, bisnis online ini dapat diakses dimanapun dan kapanpun konsumen membutuhkannya.

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

##### **A. Populasi**

Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah para pemilik toko pakaian online dan masyarakat yang beberapa kali berkunjung, melakukan transaksi atau membeli suatu barang secara online pada toko pakaian online tersebut

##### **B. Sampel dan Teknik Sampling**

Sampel pada bisnis toko pakaian online “Onset” ini menggunakan teknik sampling berupa non-probability sampling dengan metode sampling purposive.

sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Dengan demikian sampel pada penelitian perencanaan bisnis toko pakaian online “Onset” ini adalah :

1. Pemilik toko pakaian online yang diasumsikan sebagai pesaing. Jumlah sampel yang diambil adalah minimal 3 pemilik toko pakaian online. Kriteria bagi pesaing adalah para pemilik toko pakaian yang memasarkan produknya secara online baik melalui media sosial, maupun yang lainnya dan berusaha melayani konsumen dengan kelas sosial menengah, meskipun tidak menutup kemungkinan masyarakat dengan kelas sosial bawah dan atas juga dapat melakukan pembelian produk berupa pakaian pada toko online tersebut. Sampel toko pakaian yang diambil adalah toko pakaian online Centraltex 88, Ladiescurve, Dom dan Feodora Shop
2. Sebesar 30 orang responden yang beberapa kali berkunjung, melakukan transaksi atau membeli suatu barang secara online di toko online pesaing tersebut dalam kurun waktu tertentu (minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir). Konsumen sebagai responden yang dipilih adalah konsumen yang sedang melakukan transaksi secara online di toko pesaing tersebut dengan usia minimal 16 tahun. Pada usia 16 tahun masyarakat telah dianggap mampu untuk menentukan pilihan dan mengambil sebuah keputusan, sedangkan untuk data konsumen sebagai responden didapatkan dari pihak pesaing.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis dan Sumber Data**

Ada dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Primer : data yang terdapat pada penelitian ini adalah berupa produk yang akan ditawarkan, harga, promosi yang akan dilakukan, segmentasi pasar, target pasar, posisi persaingan , bauran pemasaran, lokasi yang digunakan, kepemilikan usaha, hingga deskripsi dan spesifikasi pekerjaan.
2. Sumber Sekunder : data yang terdapat pada penelitian ini berhubungan dengan aspek keuangan. seperti, proyeksi neraca, arus kas, laba-rugi, dan kelayakan usaha (PP, NPV, IRR, PI).

#### **3.3.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang akan dilakukan didalam proses perencanaan bisnis ini adalah dengan melalui :

1. Wawancara dilakukan secara terbuka dan tidak terstruktur. Wawancara dilakukan pemilik toko pakaian online yang diasumsikan sebagai pesaing. Yaitu pada toko pakaian online Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop. tujuan dilakukannya wawancara adalah untuk mendapatkan data primer tentang rencana pendirian bisnis toko pakaian online “Onset”.

2. Kuesioner dilakukan dengan cara membagikan angket yang berisikan beberapa pertanyaan yang telah ditentukan kepada para responden yang menjadi objek pada penelitian ini. Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data primer. kuesioner akan dibagikan kepada 30 orang responden yang beberapa kali berkunjung, melakukan transaksi atau membeli suatu barang secara online pada toko pakaian di Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop dalam kurun waktu tertentu (minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir)
3. Observasi didalam penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data primer mengenai Segmenting, Targeting dan Positioning (STP), Lokasi, Layout, hingga Pemilihan Teknologi yang akan digunakan.

#### **3.4. Alat Analisis Data**

Terdapat dua jenis alat analisis yang digunakan pada peneliti perencanaan bisnis toko pakaian online “Onset”, yaitu :

1. Non Statistik
  - a. Analisis Rasio Keuangan, digunakan dalam perhitungan analisis laporan keuangan seperti pada proyeksi neraca, laporan laba - rugi, dan laporan arus kas.
  - b. Analisis kelayakan bisnis, digunakan dalam perhitungan investasi untuk mengetahui layak atau tidaknya dari segi keuangan untuk dijalankannya

bisnis toko pakaian online ini. Dengan perhitungan seperti PP, NPV, PI, dan IRR.

## 2. Statistik

Dalam analisis statistik, penelitian pada perencanaan bisnis toko pakaian online “Onset” menggunakan analisis statistik deskriptif (mendiskripsikan data yang telah terkumpul) kemudian diolah dengan metode analisis potret data (frekuensi dan persentase)..

### 3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.

#### 3.5.1. Aspek Pemasaran

Langkah dalam menentukan data Kualitatif pada Aspek Pemasaran (Segmenting, Targeting, Positioning, Bauran Pemasaran, Permintaan dan Penawaran) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

- A. Menyusun beberapa daftar pertanyaan untuk menentukan segmen yang akan dituju, produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, proses, permintaan dan penawaran yang akan dilakukan.

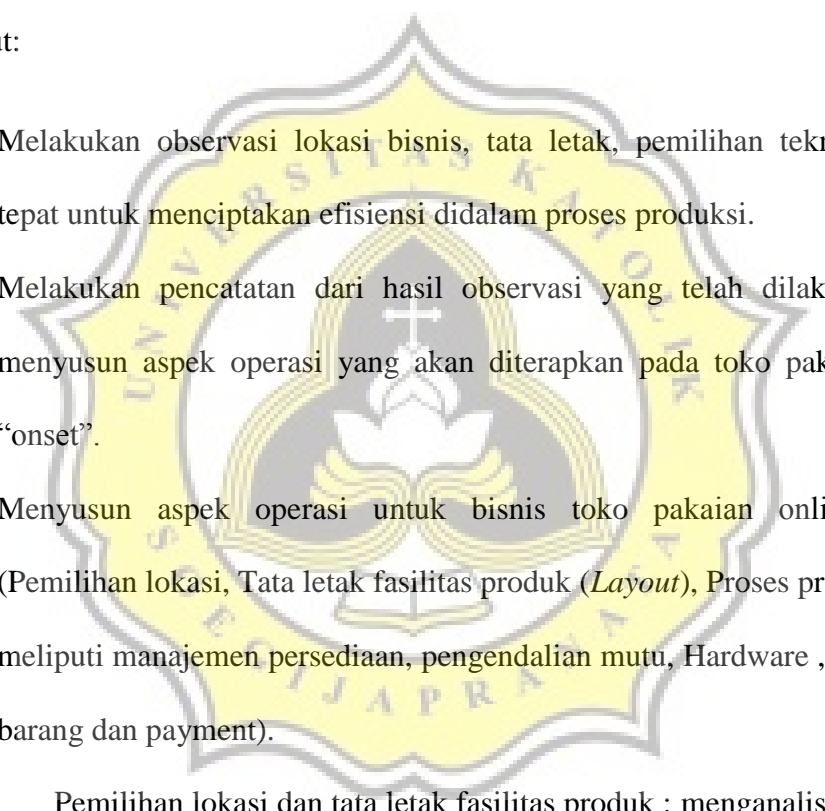
- B. Melakukan wawancara dan pembagian angket (kuesioner) kepada responden, dan juga dilakukan sebuah observasi.
- C. Melakukan rekapitulasi dan mendiskripsikan data menggunakan alat analisis statistik deskriptif yang diolah dengan analisis potret data yang berupa frekuensi dan persentase dari hasil wawancara, pembagian angket (kuesioner), dan observasi untuk mengetahui tanggapan responden akan aspek pemasaran.
- D. Menyusun aspek pemasaran untuk toko pakaian online “onset” (Segmenting, Targeting, Positioning, Bauran Pemasaran, Permintaan dan Penawaran).
- i. Segmenting : pada segmentasi demografis data yang diperoleh dari hasil kuesioner akan digambarkan dalam tabel karakteristik berupa jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan, sedangkan untuk segmentasi geografis dan psikografis adalah dengan menganalisis datanya yang berdasarkan jumlah pengguna internet di Semarang yang beberapa kali berkunjung maupun melakukan transaksi disebuah toko pakaian online (pesaing) dalam kurun waktu tertentu yang nantinya akan menjadi potensi pasar toko pakaian online “Onset” di Indonesia terutama di Semarang.
  - ii. Targeting : dalam menentukan target pasar yang paling potensial cara menganalisis datanya adalah dengan menarik kesimpulan dari hasil data dalam pengelompokan segmentasi pasar.

- iii. Positioning : dalam menentukan posisi pasar yang potensial menganalisis datanya adalah dengan membuat tabel perbandingan dari hasil wawancara dan observasi terhadap pesaing, kemudian membandingkan data tersebut terkait pada bauran pemasaran yang ditetapkan (product, price, place, promotion, People, Physical Evidence, dan Process).
- iv. Bauran pemasaran : memperjelas bauran pemasaran yang telah digunakan dalam menentukan posisi pasar potensial pada toko pakaian online “Onset”.
- v. Permintaan dan penawaran : menganalisis data dari hasil wawancara dan observasi kepada pesaing terkait dengan proyeksi penjualan dengan teknis permintaan konsumen potensial yang diasumsikan bahwa proyeksi penjualan tersebut dapat mempengaruhi dalam pembuatan rencana penjualan pada toko pakaian online “Onset”.

Aspek Pemasaran dinyatakan Layak jika memiliki STP (Segmenting, targeting dan positioning) dan Bauran Pemasaran yang jelas, adanya proyeksi permintaan dan penawaran yang memiliki nilai potensial.

### 3.5.2. Aspek Operasi

Langkah dalam menentukan data Kualitatif pada Aspek Operasi (Pemilihan lokasi, Tata letak fasilitas produk (*Layout*), Proses produksi yang meliputi manajemen persediaan, pengendalian mutu, Hardware , pengiriman barang dan payment) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

- 
- A. Melakukan observasi lokasi bisnis, tata letak, pemilihan teknologi yang tepat untuk menciptakan efisiensi didalam proses produksi.
  - B. Melakukan pencatatan dari hasil observasi yang telah dilakukan untuk menyusun aspek operasi yang akan diterapkan pada toko pakaian online “onset”.
  - C. Menyusun aspek operasi untuk bisnis toko pakaian online “onset” (Pemilihan lokasi, Tata letak fasilitas produk (*Layout*), Proses produksi yang meliputi manajemen persediaan, pengendalian mutu, Hardware , pengiriman barang dan payment).
    - i. Pemilihan lokasi dan tata letak fasilitas produk : menganalisis data yang didapatkan dalam observasi dengan cara mendiskripsikan data dan melakukan penentuan pemilihan lokasi yang strategis, hingga melakukan penentuan ruang dan pembuatan desain layout (penataan tata letak fasilitas produk) yang baik, menarik dan efisien yang terdapat pada laman media sosial, laman website yang akan digunakan (domain



dan hosting) dan tempat untuk mengendalikan bisnis toko pakaian online tersebut.

- ii. Proses produksi : menganalisis data yang didapatkan dalam observasi dan menentukan berbagai macam kebutuhan terkait dengan proses produksi yang akan diterapkan meliputi pada manajemen persediaan, pengendalian mutu pada produk dan jasa yang dihasilkan, Hardware, pengiriman barang dan payment yang akan digunakan pada toko pakaian online “onset”.

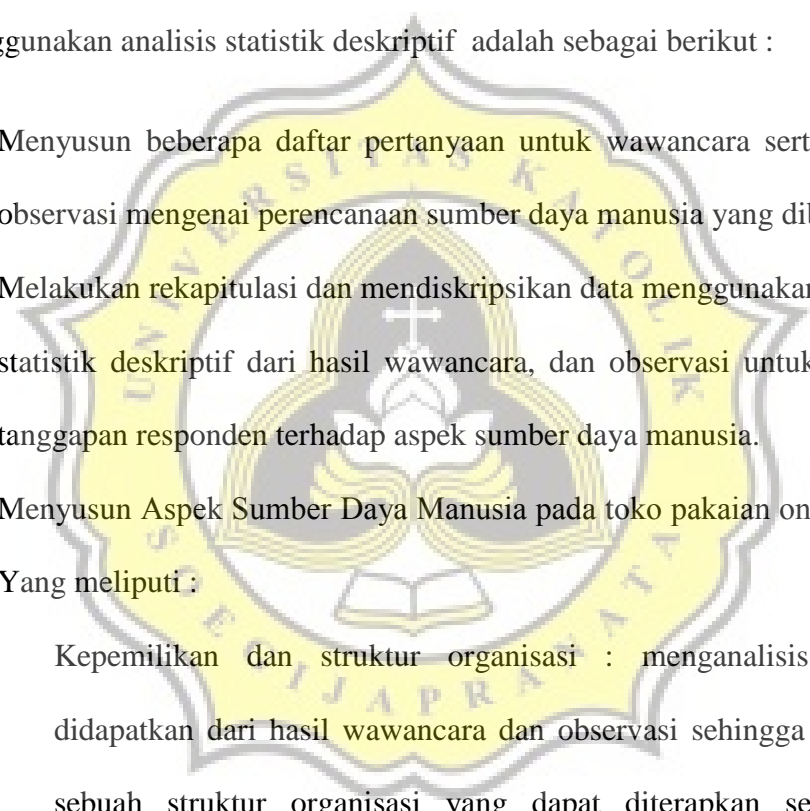
Langkah dalam menentukan data Kuantitatif pada Aspek Operasi (Rencana investasi dan Harga Pokok Produksi) dengan analisis non statistik adalah sebagai berikut :

- A. Rencana investasi – melakukan perincian dan perhitungan terhadap peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan.
- B. Harga Pokok Produksi (HPP) – melakukan perincian dan perhitungan pada biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya overhead yang dibutuhkan, melakukan perhitungan HPP per unit dan selanjutnya melakukan perhitungan pada HPP selama periode tertentu.

Aspek Operasi dinyatakan Layak jika bisnis yang akan dijalankan memiliki Layout yang efektif , lokasi yang terbilang strategis, proses produksi dan rencana investasi yang baik, dan juga adanya perincian HPP.

### 3.5.3. Aspek Sumber Daya Manusia

Langkah dalam menentukan data kualitatif pada Aspek Sumber Daya Manusia (kepemilikan usaha, struktur organisasi dan perencanaan pegawai agar dapat diketahui Jumlah pegawai dan kualitas (mutu) pegawai yang dibutuhkan, pemberian gaji, dan pemecatan pegawai yang tidak kompeten) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

- 
- A. Menyusun beberapa daftar pertanyaan untuk wawancara serta melakukan observasi mengenai perencanaan sumber daya manusia yang dibutuhkan.
  - B. Melakukan rekapitulasi dan mendiskripsikan data menggunakan alat analisis statistik deskriptif dari hasil wawancara, dan observasi untuk mengetahui tanggapan responden terhadap aspek sumber daya manusia.
  - C. Menyusun Aspek Sumber Daya Manusia pada toko pakaian online “Onset”.  
Yang meliputi :
    - i. Kepemilikan dan struktur organisasi : menganalisis data yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi sehingga dapat dibuat sebuah struktur organisasi yang dapat diterapkan sesuai dengan kebutuhan dalam bisnis toko pakaian online “Onset” dan dan menentukan apakah usaha yang akan dijalankan merupakan usaha perorangan, mitra, atau kongsi
    - ii. Perencanaan pegawai : membuat perencanaan pegawai sehingga menghasilkan pegawai yang potensial dapat dilakukan dengan cara menarik kesimpulan dari hasil wawancara dan observasi yang telah

dilakukan. Selanjutnya diimplementasikan sesuai kebutuhan pada toko pakaian online “onset” seperti pada analisis pekerjaan yang meliputi penentuan jumlah pegawai, spesifikasi pekerjaan dan deskripsi pekerjaan. Perencanaan rekrutmen, seleksi dan orientasi, pelatihan dan pengembangan hingga pemberian kompensasi yang sesuai yaitu dengan melihat besaran UMR yang ditetapkan di Kota Semarang.

Aspek Sumber Daya Manusia dinyatakan Layak jika adanya kepemilikan usaha, struktur organisasi dan perencanaan pegawai yang terstruktur dan sistematis. Sehingga dapat diketahui Jumlah pegawai dan kualitas (mutu) pegawai yang dibutuhkan, pemberian gaji, dan pemecatan pegawai yang tidak kompeten).

#### **3.5.4. Aspek Keuangan**

Teknik analisis kuantitatif dilakukan dengan analisis non statistik.

- A. Kebutuhan dana (Modal) – perhitungan dilakukan dengan menghitung keseluruhan kebutuhan dana yang dibutuhkan.
- B. Sumber Dana – menghitung presentase dana yang berasal dari modal sendiri maupun dari modal pinjaman.
- C. Laporan Keuangan – menghitung perkiraan neraca, laporan laba-rugi, dan laporan arus kas dengan mempertimbangkan pajak e-commerce yang sedang diberlakukan.

- D. Analisis Kelayakan – menghitung kelayakan bisnis online “onset”, dengan perhitungan Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR) dan Profitability Index (PI)

Aspek Keuangan dinyatakan Layak jika adanya Sumber Dana yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan, Laporan Keuangan yang terstruktur, dan adanya Analisis Keuangan yang menyatakan bahwa bisnis ini Layak untuk dijalankan.



## Jenis dan Sumber Data

**Tabel 3.1. Jenis dan Sumber Data**

Aspek-Aspek	Data yang dibutuhkan	Keterangan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data
Aspek Pemasaran	Segmenting	Geografis	Masyarakat Kota Semarang	Observasi, Wawancara dan Pembagian Kuesioner
		Demografis	Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop.	
		Psikografis	Masyarakat Kota Semarang	
	Targeting	Menetapkan konsumen dari segmenting	Kesimpulan dari Segmentasi	
	Positioning	Tempat	Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop.	
		Harga		
		Produk		
	Marketing Mix	Product	Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop.	
		Price		
		Place		
		Promotion		
		People		
		Physical Evidence		
	permintaan dan penawaran	permintaan	perkiraan	
penawaran			Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop.	
perkiraan		perkiraan	Masyarakat Kota Semarang	
		penawaran	Centraltex 88, Ladiescurve, Dom maupun Feodora Shop.	

Aspek-Aspek	Data yang dibutuhkan	Keterangan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data
Aspek Operasi	Lokasi	Lokasi usaha bisnis toko pakaian online "Onset"	Toko Pakaian Online "Onset"	Observasi
	Proses produksi / Operasi	semua mesin dan peralatan yang dibutuhkan dalam usaha bisnis toko pakaian online "Onset" (Hardware , pengiriman barang, payment)		
	Layout	pembagian layout ruang		
		desain layout		
	Rencana Investasi	lokasi : domain, hosting peralatan : komputer, laptop		
	HPP	BBB, BTK, BOP		

Aspek-Aspek	Data yang dibutuhkan	Keterangan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data
Aspek Sumber Daya Manusia	Kepemilikan usaha	Apakah perusahaan perorangan, perusahaan dengan mitra, kongsi atau perusahaan terbuka	Toko pakaian online "Onset"	Wawancara dan Observasi
	Rekrutmen	Membuka lowongan kerja kepada calon tenaga kerja		
	Seleksi	Menyeleksi calon tenaga kerja		
	Orientasi	Pengenalan lingkungan kepada pekerja		
	Deskripsi pekerjaan	Tugas dan tanggung jawab karyawan		
	Spesifikasi pekerjaan	Pendidikan, pengalaman, keterampilan fisik, dan karakteristik		
	Struktur organisasi	peran dan tanggung jawab karyawan		
	Kompensasi	Imbalan balas jasa terhadap pekerja		
	Pember -hentian	pemberhentian tenaga kerja		

Aspek-Aspek	Data yang dibutuhkan	Keterangan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	
Aspek Keuangan	Modal	Dana yang diperlukan untuk menjalankan bisnis	Toko pakaian online "Onset"	Perhitungan modal yang dibutuhkan di bisnis toko pakaian online "Onset"	
	Laporan Keuangan	Neraca		Toko pakaian online "Onset"	Memperkirakan laporan keuangan laba rugi, neraca dan aliran kas pada bisnis online "Onset"
		Laporan Laba Rugi			
		Laporan Arus Kas			
	Metode penilaian Investasi		PP	Tingkat suku bunga pinjaman bank	Dokumentasi dari bank tentang tingkat suku bunga bank dan perhitungan investasi toko pakaian online "Onset"
			NPV		
			IRR		
PI					