

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Obyek penelitian yang diangkat oleh penulis yaitu mengenai perencanaan usaha car wash di Kota Semarang “BAPE Car Wash”. Dimana penulis ingin mendirikan usaha Car Wash di Kota Semarang dengan menggunakan metode mesin cuci semi otomatis. Lokasi penelitian yang dipilih adalah di daerah Semarang Timur, melihat dari segi lokasi yang ramai dengan perumahan penduduk serta dekat dengan wilayah sekolah, kampus, dan kantor serta sering dilalui oleh banyak orang karena di wilayah tersebut adalah akses jalan besar utama di daerah tersebut.

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

Populasi pada penelitian ini ada di dua tempat yaitu Rian Car Wash serta di Dewa Car Wash sebagaimana kedua tempat tersebut adalah pesaing dari tempat usaha yang berdekatan. Dalam mengambil sampel tersebut memilih orang yang sedang mencuci di kedua tempat tersebut.

Sampel dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu 20 responden (pra survei) dan 30 konsumen (survei) yang menjadi konsumen di tempat car wash pesaing yaitu Rian Car Wash dan Dewa Car wash dalam kurun waktu tertentu (minimal dua kali dalam satu bulan terakhir) yang ditemui saat mencuci ditempat car wash tersebut dan pesaing atau pemilik dari kedua car wash tersebut. Sampel

pra survei yang berjumlah 20 orang karena dianggap sudah mewakili jumlah sampel besar yang merupakan ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian. Dalam 20 orang tersebut akan dibagi menjadi 3 golongan yaitu masyarakat umum, pekerja online dan para pelajar. Sementara saat survei menggunakan sampel 30 orang dengan jumlah responden yang lebih banyak daripada saat pra survei.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yang dimana populasi tidak semua diberikan kesempatan untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini menggunakan *teknik purposive sampling* yaitu teknik yang menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu, pemilihan sekelompok subjek dengan berdasarkan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya serta menentukan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan atau permasalahan dari penelitian ini.

Kriteria responden yaitu:

1. Konsumen yang sedang mencuci di Rian Car Wash dan Dewa Car Wash minimal dua kali dalam satu bulan terakhir yang dijumpai di tempat tersebut untuk menentukan konsumen sebagai pelanggan potensial.
2. Usia responden minimal 17 tahun karena menurut (Hurlock, 2006) usia 17 tahun merupakan usia yang dewasa serta telah dianggap matang secara hukum, dan menurut hukum didalam UU nomor 22 tahun 2009 pasal 209 pasal 8 ayat 2 dikatakan bahwa pada usia 17 tahun masyarakat sudah memiliki identitas diri karena pada usia tersebut masyarakat dianggap telah bertanggung jawab oleh dirinya sendiri.

Sedangkan kriteria dari kedua pesaing atau pemilik dari Rian Car Wash dan Dewa Car Wash yaitu:

1. Tempat cuci dengan klasifikasi kelas menengah, dimana pesaing telah mendapat tempat sendiri sebagai tempat usaha jasa mereka.
2. Jenis jasa cuci mobil dengan kisaran harga kelas menengah, dimana harga yang ditawarkan bervariasi namun tetap terjangkau.

### **3.3. Jenis dan sumber data**

Jenis data yang dapat dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2013) data primer adalah data yang diambil dari sumber asli yang dikumpulkan secara khusus untuk menjawab suatu penelitian. Data primer dalam penelitian ini meliputi pengamatan pada car wash pesaing:

1. Kuesioner (data konsumen yang mencuci pada car wash pesaing)
2. Wawancara (data dan kondisi pesaing)
3. Aspek pemasaran, aspek oprasi, aspek SDM (Sumber Daya Manusia) aspek AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan), aspek hukum dan aspek sosial.

Menurut (Sugiyono, 2013) data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber lain baik dalam maupun luar sumber asli. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi aspek keuangan seperti kebutuhan dana, sumber dana, laporan keuangan (proyeksi neraca, proyeksi laba rugi dan proyeksi aliran kas), dan kriteria investasi (NPV, PL, PP, dan IRR).

**Table 3.1. Jenis dan Sumber Data**

Aspek Diteliti	Data	Analisis Data	Jenis Data	Sumber	Teknik Analisis Data	
Aspek Pasar	Segmenting	Demografis	Data Sekunder	Data Kependudukan BPS Kota Semarang tahun 2008	Melihat keseluruhan jumlah penduduk kota Semarang pengguna car wash	
	Targeting	Psikografis			Menentukan pasar potensial bagi "Car Wash"	
	Positioning	Produk	Data Primer	Survey	Menentukan kriteria standarisasi sistem car wash	
	Permintaan dan Penawaran	Permintaan	Data Primer	Survey	Perhitungan perkiraan pasar "Car wash"	
		Penawaran			Perhitungan perkiraan pasar pesaing bagi "Car wash"	
	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> )	Product	Data Primer	Survey	Perbandingan produk dengan pesaing	
		Price			Perbandingan harga dengan pesaing	
		Place			Mencari lokasi yang mudah dijangkau	
		Promotion			Memilih sarana promosi yang efektif	
		People			Menentukan penampilan yang menarik	
		Physical Evidence			Observasi	Melakukan pengamatan kinerja car wash lain
		Process				
	Biaya Pemasaran	Papan Nama	Data Primer	Survey	Memilih desain promosi untuk menarik konsumen	
Brosur						
Iklan						
Aspek Operasional	Lokasi	Lokasi Usaha	Data Primer	Survey	Penentuan karakteristik lokasi yang diperlukan	
	Harga Pokok	Biaya Bahan Baku	Data Primer	Survey	Ditentukan berdasar perkiraan tingkat penjualan	

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Observasi**

Dari segi instrumen yang digunakan, peneliti melakukan observasi secara tidak terstruktur karena peneliti tidak menggunakan instrumen khusus seperti belangko ataupun pedoman observasi, tetapi hanya melakukan pengamatan dan pencatatan saja. Dan dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, peneliti melakukan observasi non partisipan dimana peneliti hanya berperan sebagai pengamat saja dan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan di car wash pesaing.

#### **2. Kuesioner**

Dalam peneliti ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 20 responden menjadi konsumen di car wash pesaing yaitu Rian Car Wash dan Dewa Car Wash yang sedang mencuci di tempat car wash tersebut. Kuesioner yang dibuat oleh peneliti termasuk kuesioner yang terstruktur karena peneliti telah menyediakan pilihan jawaban.

### **3.5. Alat Analisa Data**

Menurut (Sugiyono, 2013) analisa data adalah proses suatu penyederhanaan data kedalam bentuk yang dimana lebih mudah dibaca dan di interpretasikan. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat skema ataupun gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring).