

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah bersifat eksploratif. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian.

### **3.2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian bisnis ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang didapat dengan studi lapangan dan wawancara. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara.

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

Data dalam penelitian ini dikumpulkan oleh penulis bersifat eksploratif dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data dibawah ini.

#### **3.3.1. Penelitian Kepustakaan**

Penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, survei dan data-data tertulis mengenai teori maupun segala informasi yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

#### **3.3.2. Kuesioner**

Pengambilan data dengan cara *purposive sampling*.

#### **3.3.3. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab yang dilakukan dengan sistematis yang mengarah pada tujuan penelitian ini.

### 3.3.4. Riset *Online*

Karena penjualan akan dilakukan secara *online*, maka dibutuhkan riset dengan menggunakan alat-alat yang tersedia secara *online*, karena dinilai lebih tepat sasaran.

Untuk mendapatkan data Pesaing, dapat digunakan 2 riset dibawah ini

1. Riset *hashtag* di Instagram dengan menggunakan aplikasi Keywords Everywhere yang di-*install* di *browser*.

*Hashtag* adalah sebuah kata yang didahului oleh tanda pagar (#) yang berguna untuk menyatukan bahasa yang digunakan oleh pembuat tulisan dengan pembacanya. Penulis sebagai pembuat *hashtag*, sedangkan pembaca adalah sebagai pencarinya. Sehingga *hashtag* dapat digunakan sebagai data pesaing maupun data pasar.

Dalam penjualan *online*, *hashtag* digunakan oleh penjual untuk menandai produk yang dijualnya. Sedangkan disisi calon konsumen, hastag digunakan untuk mencari produk yang ingin dibelinya.

2. Riset produk di *marketplace*.

Riset ini dapat mengetahui model yang sedang banyak dijual, lokasi penjual terbanyak dan kisaran harga jual.

3. Riset *trend* melalui situs Google Trends, yaitu untuk mengetahui *trend* permintaan yang sedang terjadi di saat ini.

Ketiga alat riset ini sangat umum digunakan oleh pelaku bisnis *online*, selain praktis dan mudah digunakan, kedua riset ini cukup akurat

### 3.3.5. Observasi Lapangan

Observasi lapangan adalah sebuah teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik. Pada metode observasi, pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan di lapangan.

## 3.4. Alat Analisis

Dalam melakukan analisa, penulis menggunakan alat-alat sebagai berikut:

#### **3.4.1. Aspek Pemasaran**

1. Analisa Pasar dan Pemasaran
2. Analisa Persaingan
3. Analisa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7P*)
4. Analisa SWOT

#### **3.4.2. Aspek Operasional dan Teknologi**

1. Analisa Pemilihan Alat Kerja dan Teknologi
2. Analisa Persediaan dan Distribusi Barang
3. Analisa Proses Operasional
4. Analisa Break Even Point

#### **3.4.3. Aspek Sumber Daya Manusia**

1. Analisa Perencanaan Tenaga Kerja
  - *Job Analysis*, mendata jabatan dan fungsi kerja yang dibutuhkan
  - *Job Specification*, mendata kualifikasi yang diperlukan untuk sesuai dengan fungsi kerja yang sudah direncanakan.
  - *Job Description*, mendata detail pekerjaan tiap fungsi kerja.
  - Penyusunan Struktur Organisasi
2. Analisa Pengembangan Tenaga Kerja
  - Menentukan pelatihan yang dibutuhkan sesuai dengan fungsi kerja
  - Kriteria tenaga kerja yang berhak diberikan pelatihan
3. Analisa Penilaian Prestasi Kerja

Melakukan identifikasi 5W + 1H, *what, why, where, when, who* dan *how*.

#### **3.4.4. Aspek Hukum dan Legalitas**

1. Analisa Badan Hukum
2. Analisa Perijinan Usaha

#### **3.4.5. Aspek Keuangan**

1. Sumber Pendanaan

Analisa peruntukan kebutuhan modal :

- b. Kebutuhan investasi
- c. Kebutuhan modal kerja

2. Kebutuhan Investasi dan Modal Kerja

- a. *Payback Period* (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih / tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

- b. *Average Rate of Return* (ARR)

$$ARR = \frac{\text{Average Annual Profit}}{\text{Average Investment}}$$

- c. *Net Present Value* (NPV)

$$NVP = \frac{\text{Arus Kas}}{(1 + i)^t} - \text{Investasi Awal}$$

3. Estimasi Pendapatan

- a. *Net Profit Margin*

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- b. *Return On Asset*

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

4. Proyeksi Penjualan, Rugi Laba, Arus Kas, Neraca

- a. Estimasi Penjualan
- b. Laporan Rugi Laba
- c. Arus Kas
- d. Neraca

5. Analisa Rasio Keuangan

- a. Rasio Likuiditas
  - *Currunt Ratio* (CR)

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

- *Quick Ratio (Acid Test Ratio)*

$$\text{Acid Test} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

b. Rasio Manajemen Aset

- *Inventory Turnover Ration (ITR)*

$$ITR = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

- *Average Collective Period (ACP)*

$$ACP = \frac{\text{Piutang}}{\text{Rata-rata Penjualan per hari}}$$

c. Rasio Profitabilitas

- *Profit Margin on Sales (Profit Margin)*

$$\text{Margin Laba atas Penjualan} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

- *Break Even Point (BEP)*

$$BEP = \frac{FC}{P - VC} \quad \text{atau} \quad BEP = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

### 3.5. Metode Pengolahan Data

#### 3.5.1. Aspek Pemasaran

1. Analisis Pasar dan Pemasaran
2. Analisis Persaingan Menggunakan matriks persaingan
3. Analisis Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7P*)

a. *Product* (produk)

Produk yang dijual adalah busana muslim dan segala pelengkap pendukungnya. Produk dipilih berdasarkan kesamaan *style, value*

perusahaan dan target market yang ingin dicapai dari toko ini.

b. *Price* (harga)

Komponen harga jual merupakan bagian dari identitas dan strategi pasar di toko ini.

c. *Promotion* (promosi)

Menganalisa alat promosi yang digunakan berdasarkan *promotion mix*

d. *Place* (saluran pemasaran dan distribusi)

Dalam bauran pemasaran, tempat adalah dimana perusahaan memilih dan mengelola saluran pemasarannya. Akan dianalisa saluran pemasaran apa saja dan bagaimana pengelolaannya.

4. Analisis SWOT

Analisis berdasarkan 4 aspek

*Strenght*

*Weekness*

*Opportunity*

*Threat*

**3.5.2. Aspek Operasional dan Teknologi**

1. Analisis Proses Operasional

Penulis akan melakukan analisa terhadap alur kerja toko

2. Analisis Persediaan dan Distribusi Barang

Dibutuhkan data lokasi gudang, masa order, dan cara pendistribusian barang tiap produk yang dijual.

3. Analisis Pemilihan Alat Kerja dan Teknologi

Untuk menganalisa alat kerja dan teknologi yang perlu disiapkan, perlu diidentifikasi terlebih dahulu jenis pekerjaan apa saja yang dapat mendukung operasional.

**3.5.3. Aspek Sumber Daya Manusia**

1. Analisis Perencanaan Tenaga Kerja

- a. *Job Analysis*, menganalisa jabatan dan fungsi kerja yang dibutuhkan
  - b. *Job Specification*, menentukan kualifikasi yang diperlukan untuk sesuai dengan fungsi kerja yang sudah direncanakan.
  - c. *Job Description*, membuat detail pekerjaan tiap fungsi kerja.
  - d. Penyusunan Struktur Organisasi
2. Analisis Pengembangan Tenaga Kerja
    - a. Menentukan pelatihan yang dibutuhkan sesuai dengan fungsi kerja
    - b. Kriteria tenaga kerja yang berhak diberikan pelatihan
  3. Analisis Penilaian Prestasi Kerja  
Melakukan analisa atas 5W + 1H, *what, why, where, when, who* dan *how*.

#### 3.5.4. Aspek Hukum dan Legalitas

1. Analisa Badan Hukum
2. Analisa Perijinan Usaha

#### 3.5.5. Aspek Keuangan

1. Analisis Kebutuhan Investasi dan Modal Kerja
  - a. *Payback Period* (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih / tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

- b. *Average Rate of Return* (ARR)

$$ARR = \frac{\text{Average Annual Profit}}{\text{Average Investment}}$$

- c. *Net Present Value* (NPV)

$$NVP = \frac{\text{Arus Kas}}{(1 + i)^t} - \text{Investasi Awal}$$

2. Analisis Estimasi Pendapatan
  - a. *Net Profit Margin*

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

b. *Aset Turn Over*

$$\text{Asset Turn Over} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

c. *Return On Asset*

$$\text{ROA} = \text{Net Profit} \times \text{Asset Turn Over}$$

3. Analisis Proyeksi Neraca, Laba Rugi, Penjualan

- a. Neraca
- b. Laporan Laba Rugi
- c. Peramalan Penjualan

4. Analisis Rasio Keuangan

- a. Rasio Likuiditas

*Currunt Ratio (CR)*

$$\text{CR} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

*Quick Ratio (Acid Test Ratio)*

$$\text{Acid Test} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

- b. Rasio Manajemen Aset

*Inventory Turnover Ration (ITR)*

$$\text{ITR} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

*Average Collective Period (ACP)*

$$\text{ACP} = \frac{\text{Piutang}}{\text{Rata-rata Penjualan per hari}}$$