

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi merupakan kumpulan prosedur atau metode yang digunakan untuk melakukan suatu penelitian. Metode penelitian adalah teknik-teknik spesifik dalam penelitian. Yang jelas metode atau teknik penelitian apapun yang digunakan, misalnya kuantitatif dan kualitatif harus sesuai dengan kerangka pemikiran yang diasumsikan.

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang akan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan rencana usaha (*business plan*) ritel *Gadget* atau *Handphone online Platinum Olshop*.

Dari hasil dan pembahasan yang akan dilakukan pada bab IV maka akan dibuat kesimpulan dan saran pada bab V, lalu hasil usulan berupa *blueprint business plan* akan terlampirkan (lampiran 1).

3.1 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Objek penelitian ini adalah *Platinum OIShop*, merupakan usaha yang bergerak di bidang elektronik khususnya *gadget* atau *handphone online*. Produk-produk yang dijual oleh *Platinum OIShop* adalah produk-produk *gadget* dan *handphone* yang sudah tidak asing lagi di pasaran. Merek-merek beberapa *gadget* dan *handphone* yang menjadi nomor satu atau bukan di pasaran dunia, dijual oleh *Platinum OIShop*. Belum ada rencana pendirian operasi fisik sejauh ini dikarenakan fokus penjualan

pada pemasaran *online* dinyatakan lebih efektif ketimbang pemasaran langsung (*display*). Namun tidak menutup kemungkinan dalam perkembangan *business plan* berikutnya, pembangunan operasi fisik menjadi salah satu agenda.

Untuk proses usahanya sendiri, *Platinum OIShop* beroperasi di Jakarta Pusat. Sehingga untuk masalah penyediaan barang serta pengiriman barang, *Platinum OIShop* menjadikan Jakarta Pusat sebagai pusat produksi sekaligus manajemen usahanya.

Waktu penelitian dimulai dari usaha yang telah dimulai dari bulan Mei 2015. Sedangkan untuk kegiatan penelitian dilakukan pada bulan Juni 2015, kemudian peneliti melakukan proses bimbingan pada bulan Agustus 2015 sampai dengan Juni 2016.

Rencana pengembangan usaha pun mulai dilakukan dengan upaya penjualan *online*, khususnya melalui sarana *ecommerce*. Alasan utama media *ecommerce* yang dipilih yakni karena sifatnya yang praktis dan cepat. Selain itu, peluang yang diciptakan oleh media *ecommerce* dari tahun ke tahun sangat besar. *Owner* sangat yakin bahwa barang yang diperjualbelikan melalui media *ecommerce* akan cepat habis, sehingga perputaran modal diprediksi akan lancar dan cepat.

Untuk mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penyusunan tesis ini, maka dilakukan cara-cara pengumpulan data baik secara primer maupun sekunder:

Data Primer

Dalam hal ini data primer didapat dari lingkungan manajemen *gadget* atau *handphone online*, *Platinum Olshop* sebagai responden, jika diperlukan juga dari pihak konsumen sebagai responden. Menggunakan metode wawancara langsung dengan responden.

Data Sekunder

Untuk data Sekunder diperoleh antara lain dari data yang telah tersedia di situs resmi BPS (Badan Pusat Statistik), data dari situs survei eMarketer, data-data dari situs terkait dan data dari pihak manajemen *Platinum OlShop* sendiri yang biasanya berupa data-data keuangan, daftar *ready* produk, data *Pending Product*, *list* data Pemasok, data *Purchase Order*, Rekening Koran unit usaha, *Invoice/Nota*, data pembeli dan sebagainya.

Teknik pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi :

a. Wawancara

Melakukan wawancara dengan Pemilik, Pengelola serta Karyawan yang dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam proses pengadaan barang dan mengetahui secara jelas kinerja unit usaha. Pengumpulan data primer ini dilakukan dengan *outline* wawancara yang akan disampaikan pada responden penelitian berdasarkan indikator-indikator pengukuran yang ada sebagai pedoman dalam

melakukan wawancara agar lebih terarah sesuai dengan tujuan penelitian. Informasi ini akan digunakan untuk menggambarkan model jaringan operasional, kondisi pemasaran, struktur SDM dan kondisi keuangan saat ini.

Dalam penelitian ini populasinya adalah pemilik usaha *gadget* atau *handphone online Platinum Olshop* serta beberapa calon konsumen, beberapa konsumen, beberapa *reseller* dan beberapa calon *reseller* dengan kriteria semua populasi tersebut dimasukkan kedalam beberapa kelompok sesuai perbedaan konsep wawancara. Karena hanya meneliti 1 unit usaha *gadget* atau *handphone online Platinum Olshop* maka jumlah sampel yang akan di wawancara sebanyak 15 orang (termasuk pihak manajemen dan pengelola).

b. Observasi

Observasi yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi dalam penelitian ini yaitu cara yang digunakan untuk mengumpul data dengan pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti. Pengamatan dilakukan pada objek penelitian yakni unit usaha *Platinum Olshop* di Jakarta.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan bagian pendukung dalam proses mengungkapkan dan mendeskripsikan hasil penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber

non-manusia. Sumber ini terdiri dari dokumen-dokumen *Platinum OlShop* berupa visual *homepage* lapak *platinum Olshop* di berbagai situs *ecommerce*, foto stok barang, daftar *ready* produk, data *Pending Product*, *list* data Pemasok, data *Purchase Order*, Rekening Koran unit usaha, *Invoice/Nota*, data pembeli dan sebagainya. Dengan studi dokumen penulis berharap akan terkumpul dokumen-dokumen yang dapat mendukung serta melengkapi data penelitian.

3.2 Analisis Data

Tujuan dari analisis data adalah menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikannya dalam suatu susunan yang sistematis, kemudian mengolah dan menafsirkan/memaknai. Peneliti melakukan beberapa langkah pokok teknik analisis data, sesuai dengan proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

Tahap analisis data secara umum dimulai sejak pengumpulan data, reduksi data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Keempat jalur kegiatan tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, proses pemilihan data. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi yang dicatat sebagai catatan lapangan.

2. Reduksi data, kegiatan merangkum catatan lapangan dengan memilih data atau informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Dalam hal ini berkaitan dengan analisis elemen *business plan* yakni dari aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek operasional dan aspek keuangan serta menggunakan analisis industri dan pesaing (*the five forces porter*), memaparkan parameter-parameter yang berkaitan, lalu memberikan bobot dan rangking sesuai kondisi usaha tersebut
3. Penyajian data, merupakan proses pengumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam hal ini data-data konkrit dari usaha yang telah berjalan tersebut seperti data keuangan, stok dan ulasan serta peringkat yang didapat dari penjualan menggunakan situs tokopedia.com dan bukalapak.com
4. Menarik kesimpulan/verifikasi. Dalam hal ini yaitu melalui penarikan kesimpulan dari data-data yang dianalisis khususnya data-data untuk analisis industri dan pesaing (dengan pengkalian bobot dan rangking), sehingga pada akhirnya sebagai referensi terpapar faktor-faktor kunci kesuksesan usaha ini dapat terus ada dan berjalan

3.3 Validitas dan Realibilitas

Ada empat hal dalam rangka validitas dan realibilitas penelitian:⁴⁶

1. Validitas Internal (Kredibilitas)

⁴⁶ Nazir, Mohammad.. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1998. Hal. 108

Data hasil penelitian ini mencapai tingkat kredibilitas atau kebenaran serta kecocokan antara konsep penelitian dengan responden dilakukan dengan melakukan *member-check*, yaitu dari rangkuman data hasil wawancara. Untuk membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan apa yang sesungguhnya ada dalam dunia kenyataan, dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan apa yang sebenarnya ada atau terjadi.

2. Validitas Eksternal (Transferabilitas)

Menggunakan logika refleksi yaitu seandainya penelitian yang sama dilakukan oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang sama, niscaya hasilnya akan sama atau mendekati.

3. Reliabilitas (Dependabilitas)

Melakukan pencatatan yang baik, merekam selengkapnya hasil wawancara, menyusun hasil analisis dan menyeleksi data dan disusun dalam bentuk deskripsi dan melaporkan dengan kesinambungan dan tahapan.

4. Validitas Konstruk (Konfirmabilitas)

Hal-hal yang dilakukan dalam membuat validitas konstruk ini yaitu menggunakan multi sumber bukti dalam pengumpulan data dan merangkai rangkaian bukti (*cross check*) antara satu data dengan data yang lain.