

PROPOSAL METODELOGI PENELITIAN

Diajukan untuk memenuhi tugas mata kuliah Metodologi Penelitian

Disusun Oleh :

Azzahra Anggiamurni T. 1401140163



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

BAB 1

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sarahvi adalah salah satu bisnis usaha baju muslim di kota Bandung. Nama Sarahvi itu sendiri diambil dari nama salah satu artis Indonesia yaitu Syarifah Helfira Djamaluleil karena menurut ibu Milawati sebagai pemilik bisnis ini dengan memberi nama merek yang dari nama artis akan lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat luas. Sarahvi bergerak dalam bidang bisnis pakaian baju muslim yang dijual dengan online dan saat ini sudah memiliki butik sendiri yang berada di Batununggal kota Bandung. Sarahvi didirikan 3 tahun lalu tepatnya pada tahun 2014.

Alasan mengapa Sarahvi didirikan karena melihat peluang wanita – wanita Indonesia yang sudah banyak berhijab dan model hijab pun jaman sekarang sudah sangat beragam. Hal ini dijadikan oleh narasumber sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Bisnis Sarahvi berfokus pada usaha penjualan baju muslim dan hijab untuk wanita. Model dari baju muslim tersebut terinspirasi oleh artis Syarifah Helfira Djamaluleil itu sendiri yang lebih terfokus pada desain pakaian baju muslim yang syar’I dan modern.

Sarahvi dijual secara online tetapi pelanggan dapat membeli secara langsung dengan mendatangi toko *offline* nya yang berada di Batununggal kota Bandung. Sarahvi sudah sering mengikuti bazaar – bazaar baju muslim atau bazaar fashion lainnya seperti bazaar yang ada di acara Jakarta Fashion Week. Sejak mengikuti bazaar – bazaar tersebut minat dari para pelanggan pun meningkat, maka dari itu Sarahvi menambah sumber daya manusia agar dapat lebih efektif dalam melayani para pelanggannya.

1.1.2. Visi Misi

Visi :

Menetapkan kebijakan untuk menyediakan produk bagi para pelanggan dengan mutu terbaik.

Misi :

- Mengurangi jumlah penolakan produk dan pelaksanaan kerja.
- Memberikan desain syar’I yang terbaik.
- Membuat para muslimah menjadikan baju muslim sebagai kesehariannya.
- Menjadikan pencapaian kerja yang terencana dan pengiriman tepat waktu.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era saat ini perkembangan bisnis sangatlah cepat. Hal ini menjadi peluang untuk seseorang membuat bisnis dan menjadi seorang entrepreneur yang sukses. Menurut penulis Dr. Suryana, M.Si. pada bukunya yang berjudul “Kewirausahaan ; Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses” dituliskan bahwa definisi kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Berdasarkan definisi tersebut, untuk menjadi seorang kewirausahaan membutuhkan kreativitas dan inovasi yang terus berkembang agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan

pasar saat ini dan kedepannya. Perkembangan pasar pun sangat berpengaruh pada kesuksesan setiap bisnis, karena jika kita tidak mengikuti perkembangan pasar yang ada maka produk atau jasa kita tidak akan dilihat oleh para pelanggan.

Saat ini di Indonesia sudah ada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Hal ini bisa dimanfaatkan bagi pengangguran untuk membuka bisnisnya sebagai sumber mata pencarian mereka. Usaha mikro di Indonesia pada tahun 2012 berjumlah 55.856.176 unit dengan persentase 98,79% sedangkan pada tahun 2013 usaha mikro berjumlah 57.189.393 unit dengan persentase 98,77%. Dapat disimpulkan bahwa usaha mikro pada tahun 2013 mengalami sedikit penurunan yaitu 0,02% dibandingkan dengan tahun 2012. Usaha kecil di Indonesia pada tahun 2012 berjumlah 629.418 unit dengan persentase 1,11% sedangkan pada tahun 2013 berjumlah 654.222 unit dengan persentase 1,13%. Dapat disimpulkan bahwa usaha kecil di Indonesia pada tahun 2013 mengalami peningkatan 0,02% dibandingkan pada tahun 2012. Usaha menengah di Indonesia pada tahun 2012 berjumlah 48.997 unit dengan persentase 0,09% sedangkan pada tahun 2013 berjumlah 52.106 unit dengan persentase 0,09%. Dapat dilihat usaha menengah di Indonesia pada tahun 2012 dan 2013 berdasarkan persentasenya tidak mengalami penurunan dan kenaikan, berdasarkan unit pada tahun 2013 mengalami kenaikan.

Tabel Perkembangan UMKM Tahun 2011 – 2012

(sumber : <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/>)

**PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB)
TAHUN 2011 - 2012**

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2011 ⁽¹⁾		TAHUN 2012 ⁽²⁾		PERKEMBANGAN TAHUN 2011-2012	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	55.211.396		56.539.560		1.328.163	
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	55.206.444	99,99	56.534.592	99,99	1.328.147	2,41
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	54.559.969	98,82	55.856.176	98,79	1.296.207	2,38
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	602.195	1,09	629.418	1,11	27.223	4,52
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	44.280	0,08	48.997	0,09	4.717	10,65
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	4.952	0,01	4.968	0,01	16	0,32

Tabel Perkembangan UMKM Tahun 2012 – 2013

(sumber : <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/>)

**PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB)
TAHUN 2012 - 2013**

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2012 ⁽¹⁾		TAHUN 2013 ⁽²⁾		PERKEMBANGAN TAHUN 2012-2013	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	56.539.560		57.900.787		1.361.227	2,41
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	56.534.592	99,99	57.895.721	99,99	1.361.129	2,41
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	55.856.176	98,79	57.189.393	98,77	1.333.217	2,39
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	629.418	1,11	654.222	1,13	24.803	3,94
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	48.997	0,09	52.106	0,09	3.110	6,35
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	4.968	0,01	5.066	0,01	98	1,97

Tingkat kesuksesan untuk suatu bisnis tidak luput dari faktor – faktor yang mempengaruhinya. Menurut Tulus Tambunan (2002), keberhasilan dari suatu bisnis terdiri dari 2

faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu kualitas SDM, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur atau budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat *entrepreneurship*. Sedangkan faktor eksternal dibagi menjadi 2 yaitu faktor pemerintah dan faktor non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah diantaranya sistem perekonomian, sosio – kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global. Keberhasilan UMKM dalam meningkatkan usahanya bergantung kepada kemampuan kewirausahaan pemiliknya. Ketidakmampuan pemiliknya dalam menjalankan usahanya akan sangat berpengaruh kepada kesuksesan usahanya. Oleh sebab itu, sebelum memulai suatu bisnis alangkah baiknya mengetahui dahulu faktor – faktor apa yang mempengaruhi kesuksesan dari suatu bisnis.

1.3 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka pertanyaan untuk penelitian ini adalah :

1. Apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat kesuksesan pada bisnis Sarahvi?
2. Apakah karakteristik individu atau pemilik Sarahvi mempengaruhi tingkat kesuksesan bisnis Sarahvi?

1.4 Literatur Studi

No	Judul	Penulis	Nama Jurnal, (beserta no Volume/Edisi dan halaman jika ada) Tahun dan penerbit	Perumusan Masalah	Metode atau Terori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil atau jawaban dari Penelitian (Perumusan Masalah)	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Women and apparel entrepreneurship</i> <i>An exploration of small business challenges and strategies in three countries</i>	Nancy Hodges Kittichai Watchraves Jennifer Yurchisin Elena Karpova Sara Marcketti Jane Hegland Ruoh-Nan Yan Michelle Childs	International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 7 Iss 2 pp. 191 – 213.2015	Bagaimana mengeksplorasi bisnis seorang pengusaha wanita yang sukses dalam menjalankan tantangan bisnis pakaian.	Menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai 11 pemilik bisnis pakaian wanita. Data yang dikumpulkan dari 3 negara yaitu Rusia, Afrika Selatan, dan Thailand.	Variabel Dependen : sukses atau gagal. Variabel Independen : <i>age, type of small business, design, production operation, number of employees</i>	Persamaan dan perbedaan jawaban dari para peserta. Akan tetapi perlu bagi pra wanita untuk menjadi kreatif dalam mengembangkan usaha pakaian merea dan untuk menghadapi	Persamaan dengan peneliti yang akan diteliti adalah dari segi bidangnya yaitu fashion pakaian wanita dan metode yang digunakan yaitu wawancara.	Perbedaan dari penelitian yang akan diteliti adalah dari segi narasumber yang akan diwawancarai, karena penelitian yang akan diteliti hanya mewawancarai 3 orang pemilik usaha dari

							kompetisi.		kota yang sama.
2.	<i>Success factors in process performance management</i>	Matthew Tickle Robin Mann Dotun Adebajo	International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 33 Iss 2 pp. 197 – 230. 2016	Menguji faktor – faktor yang mempengaruhi kesuksesan <i>process performance management</i> dalam suatu bisnis.	Menurut teori Gable, 2014 menggunakan 2 metode yang dikombinasikan agar hasil yang didapatkan lebih akurat yaitu dengan menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif.	Variable dependen : (<i>intention to use, user satisfaction, net benefits</i>) Variabel independen : <i>performance, success, efficiency, effectiveness</i> .	Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa faktor – faktor kesuksesan PPM berpengaruh pada jalannya suatu bisnis. Karena di dalam PPM tersebut terdapat perhitungan kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan dan itu semua berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek yang diteliti sama yaitu bisnis.	Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah topik yang dibicarakan dan metode yang digunakan . Karena penelitian ini menggunakan kombinasi metode.
3.	<i>An empirical investigation of factors affecting small business success</i>	Anis Omri Maha Ayadi Frikha Mohamed Amine Bouraoui	Journal of Management Development, Vol. 34 Iss 9 pp. 1073 – 1093. 2015	Meneliti bagaimana modal manusia, sosial, dan keuangan mempengaruhi kapasitas usaha kecil untuk sukses.	Menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk menghasilkan data. Untuk metode penelitian menggunakan kuesioner dengan variabel yang menghubungkan model manusia, sosial dan keuangan. Kemudian menguji hubungan antara variabel ini dengan keberhasilan bisnis.	Variable dependen : <i>education level, entrepreneurial training, prior managerial, experience, prior experience, network size, initial start up capital</i> Variabel independen : <i>human, social, dan financial capital</i>	Hasil dari penelitian ini adalah dibuktikan bahwa variabel manusia, sosial, dan keuangan berdampak pada tingkat kesuksesan pada sebuah usaha, karena mempengaruhi tingkat inovasi usaha mikro.	Persamaan dari penelitian yang akan diteliti adalah menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat kesuksesan pada <i>small business</i> .	Perbedaan dari penelitian yang akan diteliti adalah metode yang digunakan berbeda yaitu menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif.
4	<i>Why businesses succeed or fail: a study on</i>	Shabir Hyder Robert N. Lussier	Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies,	Menguji faktor – faktor yang menjadi esuksesan	Menggunakan kuesioner yang dikumpulkan melalui	Variabel dependen : sukses dan gagal Variable	Dengan perbedaan yang besar dalam literature	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti	Perbedaan dari penelitian yang akan diteliti

	<i>small businesses in Pakistan</i>		Vol. 8 Iss 1 pp. 82 - 100. 2016	dan kegagalan dalam suatu bisnis di Pakistan.	wawancara pribadi dengan pemilik usaha di Pakistan.	independen : <i>working capital, record keeping and financial control, industry experience, manager experience, planning, professional advice, formal education, staffing, product service timing, economic activity, age, partners, parents, minority, marketing efforts.</i>	variable, tidak ada teori yang diterima. Dengan demikiran, penelitian ini memberikan kontribusi untuk lebih memahami mengapa beberapa bisnis berhasil dan gagal.	adalah topiknya yang membahas tentang kesuksesan dalam suatu bisnis dan metode yang digunakan adalah wawancara.	adalah narasumber yang bukan berasal dari bisnis fashion saja.
5.	<i>Export success factors of small- and medium-sized firms in Chile</i>	Jose´ O. Maldifassi	Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 21 Iss 3 pp. 450 – 469. 2014	Bagaimana faktor keberhasilan dalam mengekspor pada perusahaan kecil di Chile.	Menggunakan kuesioner yang disebarakan pada 37 perusahaan kecil di Chile.	Variabel dependen : sukses atau gagal. Variabel independen : ekspor sukses, ekspor yang cukup sukses, atau ekspor yang tidak sukses.	Hasil sampel penelitian ini dapat digunakan untuk para pemula yang ingin berbisnis dan untuk perusahaan – perusahaan yang ingin mengembangkan bisnisnya.	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah topic yang menganalisis tingkat kesuksesan.	Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah metode yang digunakan adalah kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner dan walaupun topiknya sama dalam hal mengukur tingkat kesuksesan, tetapi bukan tingkat kesuksesan dalam mengekspor produk.

Daftar Pustaka

Suryana. (2009). *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jilid 1). Jakarta: Salemba Empat.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Data UMKM. Jakarta : Depkop. Tersedia: <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/> [3 Maret 2017].