

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Pendekatan

Pada proses perancangan ini, penulis memakai metode kualitatif dalam melakukan pengambilan data untuk perancangan ini. Menurut Sugiono metode kualitatif lebih tepat untuk jenis penelitian yang mengetahui fenomena sosial dari perspektif partisipan[20]. Sederhananya dapat dipahami sebagai penelitian yang lebih tepat digunakan untuk menyelidiki keadaan atau situasi objek penelitian. Metode kualitatif yang digunakan berupa wawancara, kuesioner, dan observasi.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Pengertian objek penelitian menurut Sugiyono adalah target penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mendapatkan data untuk tujuan tertentu dan digunakan untuk tujuan tertentu secara objektif, efektif, dan dapat diandalkan (variabel spesifik) tentang sesuatu[21]. Sementara menurut Arikunto objek penelitian adalah variabel penelitian yang perlu diperhatikan dalam penelitian[22]. Objek penelitian yang digunakan pada perancangan yang penulis buat adalah jasa rental motor BRM (Bandung Rental Motor).

Sedangkan pengertian subjek penelitian menurut Tatang M. Amirin merupakan sumber informasi tentang dimana mendapatkan lebih dari informasi penelitian atau diartikan dengan benar sebagai seseorang atau sesuatu yang ingin mendapatkan informasinya[23]. Sementara menurut Muhammad Idrus mendefinisikan subjek penelitian sebagai perseorangan, objek, atau organisme yang digunakan sebagai sumber informasi yang diperlukan untuk pengumpulan data penelitian[23]. Subjek penelitian yang

digunakan dalam perancangan ini adalah pemilik rental motor ataupun pengguna rental motor.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, karena hasil nantinya akan menjadi deskripsi naratif. Dalam penelitian ini membutuhkan sumber data. Menurut Sugiyono jika ditelaah dari sumber data, dapat menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk mengumpulkan data. Sumber data primer adalah sumber data yang membuat data langsung tersedia bagi pengumpul data. Sedangkan sumber data sekunder adalah informasi yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen[21].

Sumber data dalam perancangan ini adalah data primer dimana didapat secara langsung oleh responden melalui wawancara dan kuesioner. Dan data sekunder peneliti akan menggunakan buku referensi, jurnal terdahulu yang bertautan dengan metode perancangan *design thinking* dan pendekatan *user centered design* serta kebutuhan akan informasi, internet, serta data lainnya yang dapat mendukung referensi penulis untuk tujuan menyelesaikan penelitian.

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui dan terlibat secara langsung dalam masalah penelitian. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik rental motor dan orang yang pernah menggunakan jasa layanan rental motor. Pemilihan informan didasarkan pada subjek penelitian yang dianggap mampu memberikan informasi yang diperlukan bagi penulis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Menurut Usman dan Purnomo observasi adalah pengamatan dengan catatan analisis sistematis dari fenomena yang diselidiki[24]. Sementara

menurut Creswell observasi adalah kegiatan dimana peneliti membuat catatan lapangan tentang kegiatan dan perlakuan atau informasi lain tentang individu atau lokasi penelitian dan mencatatnya untuk mengumpulkan informasi sebagai data kualitatif[25]. Dalam observasi ini penulis mendatangi secara langsung ke tempat rental Bandung Rental Motor dan mengamati bagaimana tata cara saat akan melakukan rental motor.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih langsung atau percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (penyelidik) orang yang mengajukan pertanyaan dan narasumber (yang diwawancarai) orang yang menjawab pertanyaan itu. Menurut Nazir wawancara adalah proses mengumpulkan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara mempelajari langsung pertanyaan dan jawaban antara pewawancara dengan narasumber menggunakan alat yang disebut panduan wawancara[24]. Dalam perancangan ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik rental motor BRM di Bandung.

3.5.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik data yang melibatkan penyajian serangkaian pertanyaan atau penjelasan tertulis kepada responden[26]. Kuesioner yang dilakukan dalam perancangan ini menggunakan *google form* dengan pendekatan *User Centered Design* (UCD) yang merupakan sebuah proses desain yang berfokus pada kebutuhan pengguna dengan mengoptimalkan *end-user* terhadap penggunaan produk. Dengan hasil yang didapat yaitu responden dari daerah Jabodetabek pernah mengunjungi Kota Bandung dan pernah melakukan rental motor di Bandung Rental Motor.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah metode pemecahan masalah berdasarkan pendataan yang telah dilakukan untuk menghasilkan keputusan. Metode analisis data yang digunakan pada perancangan yang penulis buat adalah metode analisis SWOT dan USP.

3.10.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah penilaian hasil yang mengidentifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi diklasifikasikan sebagai kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) atau ancaman (*threats*). Tujuan akhir dari analisis SWOT adalah untuk menciptakan alternatif berbeda strategi yang lebih fungsional, sehingga strateginya lebih mudah diterapkan dan diimplementasikan di setiap *Strategic Business Unit*[27]. Alasan penulis memilih menggunakan metode analisis SWOT adalah dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari rental motor di Kota Bandung, dimana metode ini mengidentifikasi isi untuk tampilan aplikasi *mobile* rental Bandung Rental Motor.

3.10.2 Analisis USP

Analisis USP (Unique Selling Proposition) dalam perancangan ini adalah memungkinkan pelanggan melakukan pemesanan rental motor *online* dengan cara yang mudah dan nyaman. Serta pemilik rental motor dapat menyewakan motornya dengan aman melalui aplikasi ini.

3.7 Identifikasi Data

3.7.1 Profil Instansi



Gambar 3. 1 Logo BRM

Sumber : Dokumen Jasa Rental

Rental motor BRM atau biasa disebut Bandung Rental Motor berlokasi di Komplek Permata Residence No C-3, Antapani Lama, Bandung. Bandung Rental Motor sendiri didirikan oleh Pak Zaki pada tahun 2018. Diawali dengan melihat temannya memiliki usaha rental mobil dan beralih membuka usaha rental motor, karena *maintenance* yang lumayan dan malah merugi. Sehingga yang sebelumnya hanya memiliki 2 mobil dan kemudian membuka usaha rental motor menjadi memiliki 15 buah sepeda motor. Sehingga dari situ Pak Zaki merasa tertarik dan ingin memperdalam usaha rental motor. Dalam mendirikan usahanya, Pak Zaki menggunakan sistem ATM yaitu Amati, Tiru, dan Modifikasi.

Saat ini jumlah motor yang disewakan di Bandung Rental Motor kurang lebih ada 30 unit sepeda motor. Jenis motor yang disewakan adalah motor matic dengan tipe baru seperti Yamaha Fino, Honda Genio, Vario Led, dan sebagainya. Untuk harga sewa satu sepeda motornya di kenakan biaya sekitar Rp.130.000 – Rp150.000/hari tergantung dengan jenis motor apa yang akan digunakan dan harga ini sudah termasuk dengan ongkos kirim. Untuk sewa motor yang melebihi

batas max 100 km, akan dikenakan tambahan biaya sekitar Rp.20.000 – Rp.30.000/km.

Dalam melakukan penyewaan ada beberapa langkah dan syarat yang harus di persiapkan ketika akan melakukan rental motor. Langkah pertama yaitu melakukan pemesanan melalui *whatsapp* untuk mengetahui informasi mengenai ketersediaan motor dan harga sewa motor. Langkah kedua yaitu mengisi form pemesanan yang telah diberikan melalui *whatsapp*. Form tersebut berisi seperti data diri, keperluan sewa motor, tanggal mulai dan selesai sewa motor, dan lain-lain. Kemudian langkah ketiga, pengguna harus memberikan minimal tiga kartu identitas untuk jaminan seperti KTP (wajib), KIS/BPJS, Kartu Mahasiswa (untuk yang masih kuliah), ID card pegawai, passport dan foto tiket travel/ hotel yang telah di reservasi. Untuk persyaratannya pengguna harus memiliki sim c.

Untuk penyewaan motor di Bandung Rental Motor sendiri lebih di khususkan untuk wisatawan dari luar Bandung, mahasiswa, dan orang yang sedang berdinias. Untuk wisatawan sendiri, di Bandung Rental Motor menerima wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan wisatawan domestik lebih dominan dari daerah Jabodetabek. Dengan kisaran usia dari 18 tahun – 50 tahun. Selain itu, Bandung Rental Motor tidak hanya menyewakan sepeda motor saja. Tetapi juga dapat menyewa helm. Fasilitas yang di dapatkan dari melakukan rental motor di BRM yaitu mendapatkan jas hujan dan helm. Selain itu di Bandung Rental Motor juga memiliki paket sewa motor harian, mingguan, dan bulanan. Terdapat juga paket khusus untuk mahasiswa yaitu paket bulanan yang di kenakan biaya lebih murah. Metode pembayaran yang digunakan pada Bandung Rental Motor ialah menggunakan sistem COD dan transfer melalui bank BCA atau BRI.

Bandung Rental Motor memiliki garasi motor yang digunakan untuk pengguna mengambil langsung motor. Untuk jam operasional Bandung

Rental Motor ini buka setiap hari mulai dari pukul 06.00 s.d 20.00 WIB. Untuk di hari menjelang *weekend* ataupun saat hari-hari besar dan libur nasional Bandung Rental Motor ini selalu ramai. Adapun kendala yang dirasakan oleh pemilik rental yaitu penyewa yang tiba-tiba meminta perpanjangan waktu sewa, sehingga pemilik rental harus mengubah jadwal ketersediaan motor yang akan di rental. Berikut beberapa dokumentasi visual yang di dapat saat berada di Bandung Rental Motor.



Gambar 3. 2 Bandung Rental Motor

Sumber : Bahan Dokumen Penulis

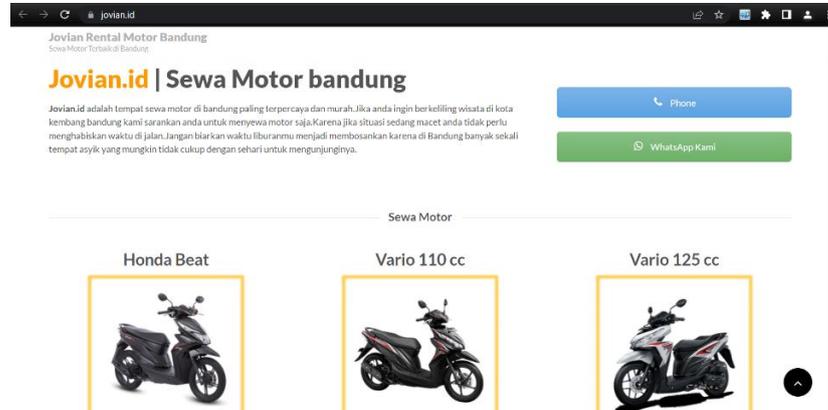


Gambar 3. 3 Bandung Rental Motor

Sumber : Bahan Dokumen Penulis

3.8 Studi Komparasi

3.8.1 Rental Motor Jovian



Gambar 3. 4 Rental Motor Jovian

Sumber : www.jovian.id

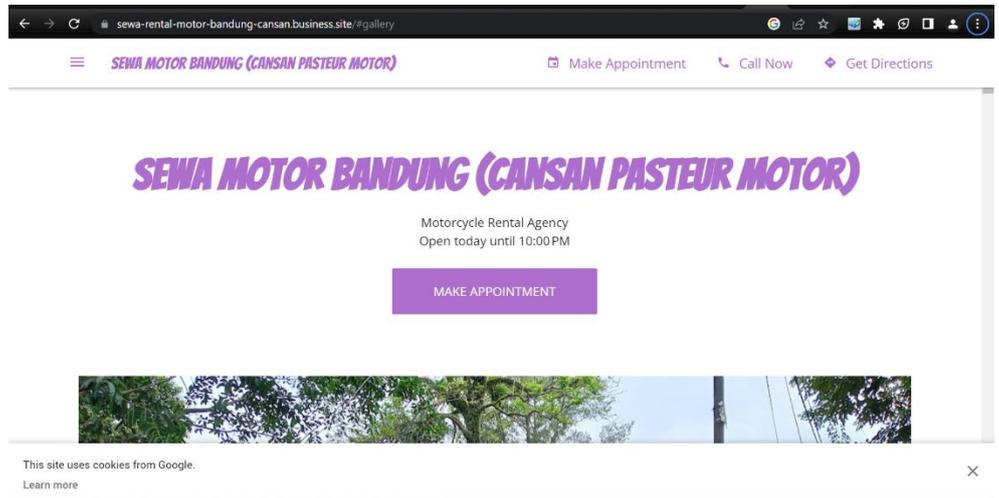
Dilihat dari studi kompetitor bahwa rental motor Jovian termasuk ke dalam *indirect* kompetitor. Dikarenakan model bisnisnya tidak hanya rental motor, tetapi juga tersedia rental mobil. Akan tetapi, untuk target pasarnya pada rental motor ini sama yaitu wisatawan dari luar Kota Bandung dengan usia dari 17-35 tahun.

Rental Motor Jovian merupakan rental konvensional yang terletak di jalan Pasir Kaliki No.5, Bandung. Pada Rental Motor Jovian tersedia fasilitas seperti 2 helm dan 2 jas hujan. Sedangkan untuk sewa mobil tersedia fasilitas dengan driver dan bensin. Media yang digunakan pada rental motor ini menggunakan media website yang digunakan untuk menginformasikan harga motor yang disewa serta dapat melakukan order melalui kontak *whatsapp* yang tercantum dalam website. Kemudian Instagram digunakan untuk informasi mengenai bukti penyewaan dari pengguna. Dan *google* digunakan untuk melihat ulasan, alamat, dan kontak yang dapat dihubungi.

Pada rental motor ini untuk pemesanannya menggunakan via *whatsapp*. Selain itu di rental motor ini saat penyewaan menggunakan sistem harian, sehingga tidak ada penyewaan mingguan dan bulanan.

Untuk pembayaran yang digunakan yaitu dengan pembayaran tunai ketika sudah berada di lokasi titik temu.

3.8.2 Cansan Pasteur Motor



Gambar 3. 5 Cansan Pasteur Motor

Sumber : sewa-rental-motor-bandung-cansan .business.site

Dilihat dari studi kompetitor bahwa Cansan Pasteur Motor termasuk ke dalam *direct* kompetitor. Dikarenakan model bisnis dan target pasarnya sama yaitu model bisnis hanya rental motor yang transaksinya tidak melalui web ataupun aplikasi. Dengan target pasarnya adalah wisatawan dari luar daerah Bandung dengan usia 18-35 tahun.

Cansan Pasteur Motor merupakan salah satu jasa rental motor yang terletak di Jl. Surya Sumantri, Sukawarna, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Fasilitas yang didapat pada rental motor ini yaitu 2 jas hujan dan 2 helm. Rental motor ini menggunakan *Instagram* sebagai informasi mengenai harga sewa motor serta testimoni dari pengguna. Selain itu juga menggunakan google untuk ulasan dari pengguna dan kontak mengenai rental motor Cansan.

Website pada rental motor ini digunakan hanya untuk menampilkan *gallery* foto di rental motor Cansan, testimoni, dan nomor kontak yang dapat dihubungi. Untuk transaksi dan pengisian syarat bukti dokumen

pada rental Cansan motor dilakukan melalui via *whatsapp*. Pada Cansan Pasteur Motor saat penyewaan menggunakan sistem harian, sehingga tidak memiliki paket seperti mingguan dan bulanan. Untuk pembayarannya sendiri pada rental motor ini harus melakukan bayar uang dimuka secara transfer melalui bank dan bisa dibayarkan sisanya ketika bertemu langsung.

3.9 Analisis SWOT, USP, *Positioning*

3.9.1 Analisis SWOT

Tabel 3. 1 Tabel Analisis SWOT

Strenght (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas yang disediakan tidak hanya penyewaan motor, tetapi juga bisa melakukan sewa helm • Adanya pilihan tipe motor terbaru • Memiliki paket sewa motor harian, mingguan, dan bulanan • Sudah dikenal oleh beberapa wisatawan mancanegara 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya media informasi untuk mengetahui harga sewa dan ketersediaan motor • Pemesanan penyewaan motor masih lumayan sulit • Lokasi rental motor cukup jauh dari pusat kota
Opportunity (Peluang)	Threats (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> • Dengan adanya aplikasi <i>mobile</i> dapat menjadi sarana media informasi dalam mengetahui ketersediaan dan harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya kompetitor aplikasi seperti pakegoo, usewa motor, dan local rental

<p>sewa di Bandung Rental Motor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya hari libur nasional dapat meningkatkan perekonomian jasa layanan rental motor 	<ul style="list-style-type: none"> • Motor rental dapat di jual belikan oleh orang yang tidak bertanggung jawab
--	--

3.9.2 USP (*Unique Selling Point*)

Unique Selling Proposition merupakan strategi kreatif yang mempertimbangkan kekuatan atau kelebihan yang tidak dimiliki dari pesaing, sehingga dapat dijadikan sebagai pembeda. USP dalam aplikasi *mobile* Bandung Rental Motor adalah pembuatan desain *user interface* yang berfokus pada informasi menarik yaitu adanya fitur lokasi rental motor di BRM dan verifikasi data yang tidak terlalu ribet. Sehingga memudahkan wisatawan dalam menemukan informasi rental BRM dengan aman dan nyaman.

3.9.3 *Positioning*

Positioning adalah aktivitas merancang suatu produk dan strategi pemasaran yang dimaksudkan untuk membuat kesan tertentu yang akan diingat di benak konsumen. *Positioning* dari aplikasi *mobile* Bandung Rental Motor ini yaitu merancang UI desain aplikasi *mobile* dengan mengangkat tema mengenai jasa layanan transportasi rental motor. Didukung dengan warna tampilan utama yaitu kuning yang dapat menggambarkan sebagian dari profil rental motor BRM dalam aplikasi. Sehingga dapat mudah diingat di benak konsumen dan bisa menjadikan rekomendasi aplikasi rental motor untuk wisatawan ketika sedang berkunjung ke Bandung.

3.10 Target Audience

Dalam penelitian ini wisatawan dianggap sebagai target potensial karena mayoritas masyarakat yang menggunakan jasa rental motor merupakan wisatawan. Untuk menganalisis target audiens lebih lanjut, terdapat 4 aspek yang digunakan yaitu :

3.10.1 Demografis

- Usia : 18-35 tahun
- Jenis kelamin : wanita dan laki-laki
- Status : wisatawan
- Kelas Sosial : Menengah keatas (SES C)

3.10.2 Geografis

Berada di daerah kota Jabodetabek

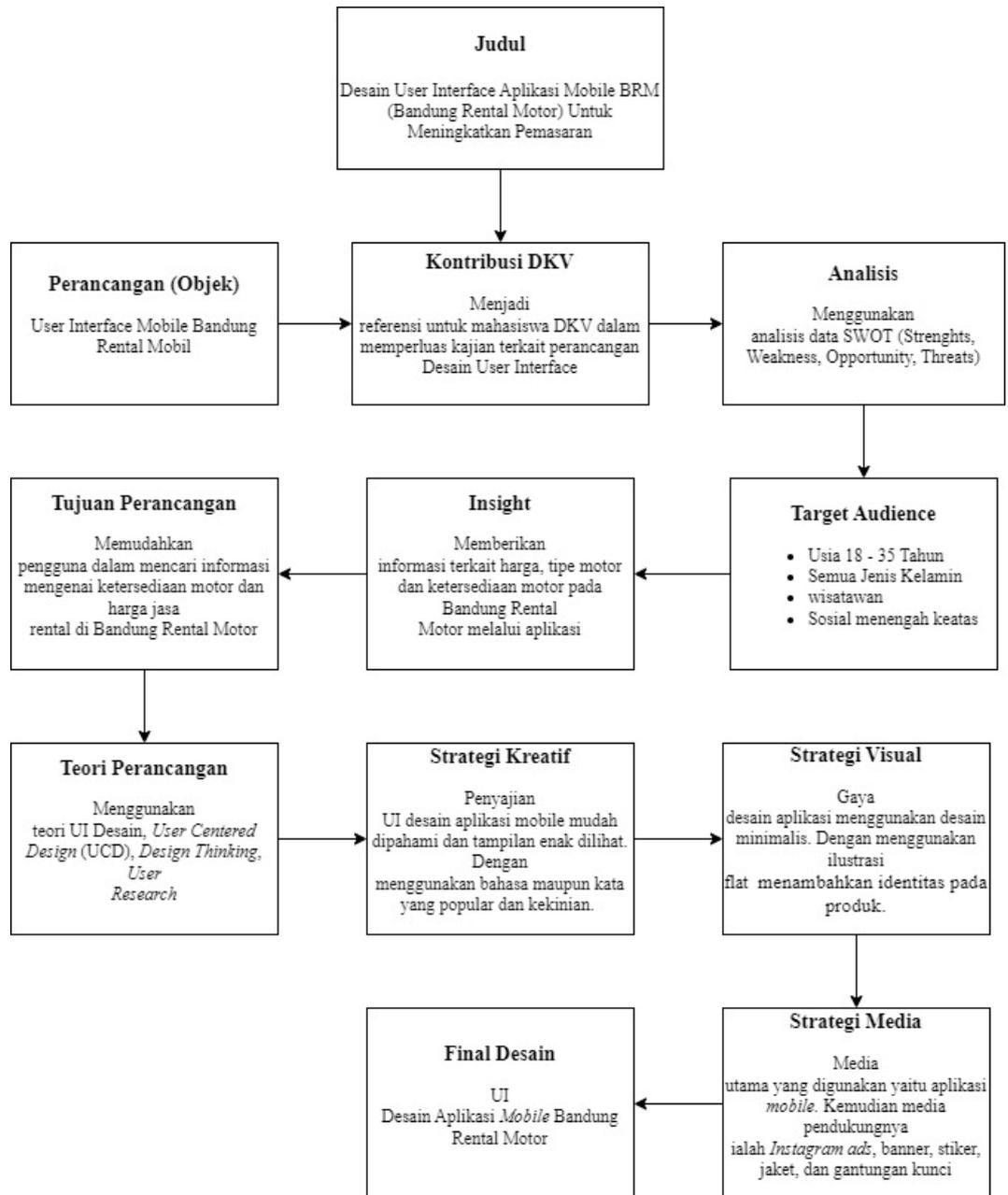
3.10.3 Psikografis

Menurut Hurlock, usia dewasa dimulai antara usia 18 tahun sampai 40 tahun, ketika terjadi perubahan fisik dan psikologis menyebabkan penurunan kesuburan[28]. Target *audience* menurut psikografis adalah orang dewasa yang membutuhkan kendaraan untuk berpergian atau berwisata di Kota Bandung.

3.10.4 Behaviour

Mereka yang sering memakai jaringan internet dan mempunyai alat yang terhubung, dan menyukai hal-hal yang instan. Serta sering melakukan perjalanan ke daerah ataupun berpergian untuk berwisata.

3.11 Kerangka Penelitian



Gambar 3. 6 Kerangka Penelitian

