

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan memperoleh data menggunakan wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian akan dianalisis serta diolah lalu diambil kesimpulannya dan hanya berlaku bagi perusahaan yang diteliti. Objek penelitian berada di CV Rumah Mesin Yogyakarta, terletak di JL. Parangtritis KM 5,6 Tarudan, Bangunharjo, Kec Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek dari penelitian ini yaitu Divisi Manager Marketing yang menangani seluruh proses pemasaran dan promosi CV Rumah Mesin Yogyakarta.

3.1.1 Profil Rumah Mesin Yogyakarta

3.1.1.1 Sejarah CV Rumah Mesin Yogyakarta

Perusahaan CV. Rumah Mesin Yogyakarta bergerak di bidang jasa pembuatan dan penyediaan mesin. Mesin yang dibuat yaitu mesin pertanian, mesin perikanan, mesin perkebunan untuk pra dan pasca panen serta mesin untuk mengolah berbagai macam hasil panen.

CV. Rumah Mesin Yogyakarta didirikan oleh Bapak Mansur Manshuri dimana kantor dan pabrik pembuatan mesin yang terpisah. Memiliki 3 Manager, 20 Penulis lepas, dan 2 Divisi yaitu Divisi Pemasaran dan Penjualan serta 1 Tim Media dengan total seluruhnya 30 karyawan yang tersebar di seluruh divisi. Pada tahun 2010 CV. Keuntungan paling besar perusahaan dapat diraih dari penjualan melalui *website*. Sehingga hasil investasi yang ditanamkan dapat kembali menjadi asset sesuai yang diharapkan[26].

3.1.1.2 Visi dan Misi CV Rumah Mesin Yogyakarta

Berikut adalah visi dan misi perusahaan yang sedang dijalankan saat ini[26]

Visi : Menjadi perusahaan yang terdepan dalam pengembangan UMKM di Indonesia

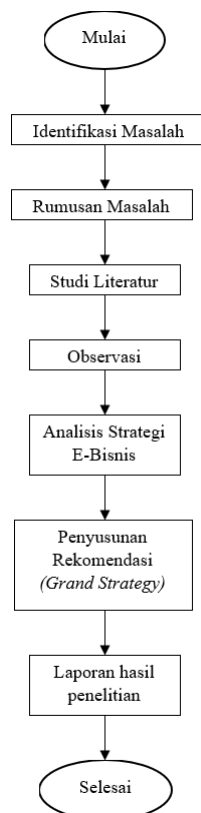
Misi :

- Menghasilkan suatu karya dan hasil produk yang berkualitas serta inovati

- Memberikan pelayanan yang total dan terbaik bagi seluruh pelanggan dan berbagai pelatihan operasional mesin.
- Menjadi supplier mesin kelapa, mesin olahan pertanian dan olahan makanan nomor 1 di Indonesia
- Membangun kerjasama dengan sekolah, perguruan tinggi dinas, dan kementerian terkait, serta pelaku usaha sejenis
- Mengembangkan dana CSR dengan membentuk usaha sosial untuk peningkatan ekonomi umat.
- Menciptakan budaya perusahaan yang menghasilkan sumber daya manusia yang handal dan berakhlak mulia.

3.2 Diagram Alur Penelitian

Diagram alur penelitian yang akan digunakan selama penelitian sebagai berikut:



Gambar 3 1 Diagram Alur Penelitian

Pada Gambar 3.1 diagram alur penelitian jika diuraikan dalam langkah penelitian sebagai berikut:

3.2.1 Identifikasi Masalah

Strategi yang saat ini digunakan oleh CV Rumah Mesin Yogyakarta untuk meningkatkan penjualan dengan memaksimalkan website rumahmesin.com menggunakan metode *Search Engine Optimization* (SEO) untuk dapat masuk ke halaman utama mesin pencari agar mendapatkan perhatian dari konsumen seperti Youtube Marketing dan sosial media lainnya (Instagram, facebook, dan tiktok) agar mendapatkan *brand awarness* dari konsumen. Kendala divisi digital marketing CV Rumah Mesin Yogyakarta dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Strategi bisnis yang dilakukan oleh Divisi Digital Marketing hanya mengandalkan promosi dengan metode penjualan Teknik SEO dan evaluasi di tahun sebelumnya.
- b. Belum memiliki rencana strategi e-bisnis yang jelas dan terdokumentasikan untuk rencana 3-5 tahun kedepan.
- c. Pemesanan mesin yang di lakukan secara manual di rumahmesin.com masih menghubungi nomer *whatsapp* yang tertera pada laman website lalu mesin akan di proses setelah pembeli membayar setengah dari harga mesin yang dipesan.

3.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi CV Rumah Mesin Yogyakarta saat ini, dapat dirumuskan permasalahan yaitu kegiatan yang dilakukan divisi digital IT marketing dalam penjualan produknya hanya mengandalkan Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) di CV Rumah Mesin Yogyakarta sehingga diperlukan rekomendasi strategi *E-bisnis* baru untuk lebih meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan, serta siap menghadapi ancaman dimasa yang akan datang.

3.2.3 Studi Literatur

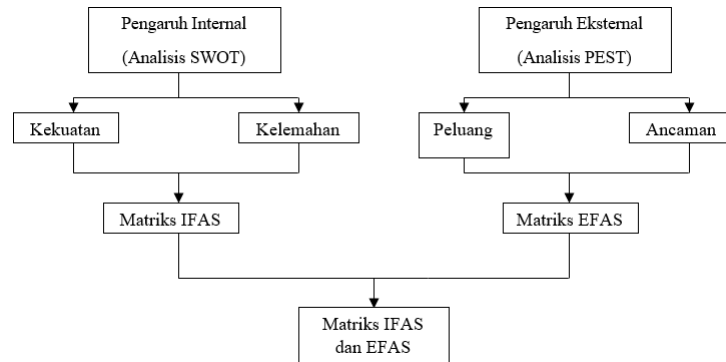
Penelitian yang dilakukan oleh penulis tetap mengacu terhadap penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya masih relevan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti. Batas jurnal yang digunakan pada penelitian baik nasional maupun internasional maksimal tahun 2016. Buku yang digunakan untuk acuan penelitian yaitu *E-bisnis Strategy, Sourcing and Governance by Petter Gottschalk* dan *E-bisnis and E-Commerce Management strategy, implementation, and practice by Dave Chaffey*.

3.2.4 Teknik observasi dilakukan oleh penulis dengan menggunakan metode penelitian:

- Riset Lapangan, untuk memperoleh data yang diperlukan maka penulis mengadakan riset langsung di lingkungan perusahaan untuk memperoleh data yang diperlukan melalui:
 - a. Wawancara
Melakukan tanya jawab dan memberikan daftar pertanyaan baik secara *online* maupun *offline* langsung kepada Bapak Adi Rahmawan selaku Kepala Divisi Marketing CV Rumah Mesin Yogyakarta.
 - b. Pengamatan
Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke perusahaan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai objek yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.
- Studi Literatur, Penelitian yang dilakukan untuk memperoleh aspek teoritis dengan membaca, mengumpulkan, serta mencatat serta mempelajari jurnal sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

3.2.5 Analisis Strategi E-Bisnis

Metode pengerjaan analisis strategi e-bisnis secara menyeluruh dapat dilihat pada gambar 3.2:



Gambar 3 2 Alur analisis strategi bisnis

Analisis lingkungan internal dilihat dari proses bisnis yang sedang berjalan saat ini dan fasilitas yang tersedia, untuk mengukur hal tersebut maka digunakan analisis SWOT yang nantinya akan mendapat faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki CV Rumah Mesin Yogyakarta. Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk melihat faktor yang ada diluar dan mempengaruhi proses bisnis dari CV Rumah Mesin Yogyakarta. Analisis yang dilakukan yaitu analisis PEST dengan hasil yang akan diperoleh yaitu rumusan peluang dan ancaman yang dimiliki CV Rumah Mesin Yogyakarta.

3.2.6 Rekomendasi strategi bisnis baru (*Grand Strategy*)

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan tentang IFAS dan EFAS maka didapatkan hasil posisi yang akan membantu dalam perumusan rekomendasi strategi bisnis baru yang akan disesuaikan dengan kebutuhan alur proses bisnis yang sedang dijalankan saat ini untuk menghasilkan rekomendasi manajemen strategi yang sesuai dengan CV Rumah Mesin Yogyakarta.

3.2.7 Laporan Hasil Akhir Penelitian

Laporan hasil penelitian ini berupa strategi *E-bisnis* yang tepat untuk CV Rumah Mesin Yogyakarta.