

BAB III

METODE PELAPORAN

A. Metode dan Proses Pengumpulan Data

Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian historis. Penelitian historis adalah kegiatan penyelidikan, pemahaman, dan penjelasan yang telah lalu (Kuncoro, 2009). Penelitian ini dikatakan penelitian historis karena peneliti akan menyelidiki dan menjelaskan kejadian yang telah lalu sehingga dapat mengantisipasi kejadian pada masa yang akan datang.

Pengumpulan data metode penelitian historis dapat dibagi menjadi dua sumber yaitu metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama misalnya individu atau perseorangan. Sedangkan data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut oleh sebuah perusahaan atau lembaga.

Setiap laporan ilmiah membutuhkan data-data untuk melengkapi serta menyempurnakan laporan tersebut. Data dalam definisinya adalah sekumpulan informasi (Kuncoro, 2009: 145). Sekumpulan informasi ini kemudian akan diolah kembali agar dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

Pada laporan proyek ini, dari sisi pengumpulan data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2009 : 148). Data-data ini berasal langsung dari sumber primer, di mana data dapat diperoleh melalui beberapa cara, seperti survey, observasi, atau wawancara. Data sekunder adalah data yang didapat atau dikumpulkan dari sumber-

sumber atau pihak lain. Data-data ini tidak diperoleh secara langsung dari sumber atau objek penelitian, melainkan didapat dari hasil pengumpulan data lembaga lain. Data-data ini biasanya dapat ditemukan dalam bentuk media cetak atau digital.

Dalam penulisan laporan proyek ini, pengumpulan data dilakukan melalui dua metode, yaitu pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Data primer ini sendiri didapat dari data internal perusahaan GKT, sedangkan data sekunder yang ada didapat dari penelitian lembaga-lembaga lain yang bersangkutan dengan kepentingan penulisan laporan ini.

Berikut ini merupakan data primer dalam penelitian dan cara yang dilakukan untuk mendapatkan data tersebut

1. Jenis dan perbandingan *brand-brand merchandise* khas Surabaya yang ada di kota Surabaya (Tabel 1.1)

Proses pengumpulan data ini melalui observasi menggunakan metode tinjau lapangan, serta melalui media internet, dengan cara mencari dan mengumpulkan informasi mengenai *brand-brand merchandise* khas Surabaya yang ada, kemudian informasi yang didapat diolah kembali dan dituangkan pada Tabel 1.1

Berikut adalah data yang merupakan data sekunder dalam penelitian ini dan cara yang dilakukan untuk memperoleh data tersebut yaitu:

1. Sektor Industri di Indonesia

Data sektor-sektor industri di Indonesia ini diperoleh melalui buku yang ditulis oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia, yaitu pada buku Statistik Perdagangan Indonesia, pada halaman 107. Data ini kemudian dituangkan pada Tabel 2.1

2. Data kontribusi sektor-sektor industri nasional Indonesia terhadap PDB dilihat dari nilai rupiah tahun 2002-2008

Data sektor-sektor industri di Indonesia ini diperoleh melalui buku yang ditulis oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia, yaitu pada buku Statistik Perdagangan Indonesia, pada halaman 107. Data ini kemudian dituangkan pada Tabel 2.4

3. Data kontribusi penyerapan tenaga kerja sektor industri nasional tahun 2002-2008

Data sektor-sektor industri di Indonesia ini diperoleh melalui buku yang ditulis oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia, yaitu pada buku Statistik Perdagangan Indonesia, pada halaman 115. Data ini kemudian dituangkan pada Tabel 2.5

4. Data kontribusi Produk Domestik Regional Bruto Surabaya Sektor Industri tahun 2007-2008

Data sektor-sektor industri di Indonesia ini diperoleh melalui buku yang ditulis oleh BPS, yaitu pada Produk Domesti Bruto Kota Surabaya, pada halaman 10. Data ini kemudian dituangkan pada Tabel 2.6

5. Data kontribusi industri kreatif terhadap PDB di beberapa negara

Data sektor-sektor industri di Indonesia ini diperoleh melalui buku yang ditulis oleh Cholette Henry pada bukunya *Entrepreneur in Creative Industry*, dan diolah kembali dan dituangkan pada Tabel 2.7

6. Data kontribusi Produk Domestik Bruto 14 Subsektor Industri Kreatif 2002-2008

Data sektor-sektor industri di Indonesia ini diperoleh melalui buku yang ditulis oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia, yaitu pada buku Statistik

Perdagangan Indonesia, pada halaman 111. Data ini kemudian dituangkan pada Tabel 2.8

Apabila dilihat dari sumbernya, data dapat dibagi menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal (Supranto, 2007 : 33-34). Data internal adalah data yang berasal dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Contoh dari data internal adalah data kepegawaian, keuangan (penerimaan, pengeluaran, dan keuntungan), peralatan, produksi barang atau jasa, dan pemasaran. Sedangkan data eksternal adalah data yang dikumpulkan untuk menggambarkan keadaan atau kegiatan di luar perusahaan tersebut. Contoh data eksternal adalah data penduduk, pendapatan nasional, data harga-harga indeks biaya hidup yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik. Perusahaan memerlukan data eksternal seperti jumlah penduduk untuk memprediksikan potensi permintaan, pendapatan nasional per kapita untuk menentukan tingkat daya beli masyarakat yang berguna untuk dasar kebijakan dalam penentuan tingkat harga, data perkembangan harga atau indeks biaya hidup untuk keperluan penyesuaian dalam menentukan tingkat upah, dan lain sebagainya.

Data-data internal perusahaan GKT meliputi berkas-berkas penting perusahaan, seperti surat-surat perjanjian kerja sama, *company profile* perusahaan, laporan keuangan dan data perusahaan, serta data-data historis penting lainnya. Di sisi lain, data eksternal yang ada berupa data mengenai kondisi ekonomi industri di Indonesia, kontribusi sektor industri terhadap PDB baik dari segi ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja, serta data pesaing perusahaan GKT.

B. Validitas dan Reliabilitas Laporan

Validitas dan realibilitas data laporan yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari berbagai sumber. Sumber tersebut melibatkan tidak hanya dari pihak internal GKT, melainkan dari pihak luar yaitu seperti dari media pers, fasilitator dosen, dan beberapa *partner* yang pernah bekerja sama dengan GKT. Dengan adanya berbagai pihak yang turut memberi keterangan data, maka validitas dan reliabilitas data laporan lebih akurat dan terjamin kebenarannya. Batasan waktu validitas dan reliabilitas data GKT yang akan digunakan yaitu dari bulan Januari 2010 hingga Agustus 2011. Validitas dan reliabilitas tersebut berupa berbagai bentuk baik tertulis atau secara visual, yaitu:

1) Proposal kerja sama

Proposal ini adalah surat penawaran kerjasama kepada beberapa pihak dalam melakukan penjualan barang GKT. Proposal kerja sama ini terbagi menjadi dua, proposal penawaran sponsor dan proposal penawaran kerjasama penjualan. Proposal penawaran sponsor sebagian besar diberikan oleh pihak luar atau penyelenggara acara kepada GKT. Sponsor di sini meliputi penawaran pemasangan iklan, sumbangan, baik dalam bentuk barang maupun dana cair, serta penawaran pameran. Di sisi lain, penawaran kerjasama penjualan ini biasanya dikeluarkan oleh pihak GKT dan ditawarkan kepada pihak-pihak lain. Proposal kerjasama ini dibedakan dengan menjadi dua sistem, yaitu sistem beli putus atau dengan sistem konsinyasi. Semua proposal ini didokumentasikan secara *hardcopy* maupun *softcopy* oleh pemilik GKT

2. Surat Perjanjian Kerja Sama

Apabila surat proposal penawaran kerjasama telah disepakati oleh pihak-pihak yang bersangkutan, maka selanjutnya akan dibuat surat perjanjian kerja sama untuk kedua pihak. Di dalam surat ini akan tertulis pasal-pasal yang menyangkut poin-poin

penting perjanjian kerjasama tersebut. Surat ini akan dibuat dan ditandatangani sesuai sejumlah pihak yang terkait di dalam surat perjanjian kerja sama ini, yang kemudian akan mendapat masing-masing *copy* dari surat ini. Surat perjanjian ini akan disimpan dalam bentuk *hardcopy* oleh GKT.

3. Media yang berhubungan dengan *marketing* GKT

Dalam proses usahanya, GKT tidak akan terlepas dari kegiatan marketing. Kegiatan marketing ini membutuhkan beberapa media penunjang, seperti poster, brosur, foto *catalogue*, *company profile*, kartu nama, *x-banner*, ataupun patung. Semua *media marketing* tersebut disimpan dalam bentuk *softcopy* dan *hardcopy*.

4. Dokumentasi GKT

Selama GKT berdiri, dokumentasi sangatlah diperlukan oleh perusahaan ini. GKT membutuhkan dokumentasi atas produk-produknya, tempat melakukan usaha, tempat-tempat di mana dapat ditemukan produk GKT, serta beberapa kegiatan yang telah diikuti oleh GKT. Kegiatan-kegiatan ini adalah pameran-pameran yang cukup banyak telah diikuti oleh GKT, seperti pameran Festival Seni Surabaya, Urban Clothing Festival, ataupun pameran-pameran lainnya. Dokumentasi-dokumentasi ini juga meliputi liputan-liputan koran, liputan televisi. Semua dokumentasi ini disimpan dalam format *hardcopy* dan *softcopy*.

5. Laporan keuangan, laporan stok barang, serta laporan-laporan lain yang mendukung keberlangsungan usaha GKT

Laporan data-data internal GKT sangatlah penting guna menjaga serta mengetahui performa dari GKT. Laporan-laporan yang dimaksud adalah laporan keuangan usaha, laporan stok barang GKT. Laporan-laporan ini bersifat saling mendukung dan melengkapi, serta menjadi kunci serta patokan bagi usaha GKT. Laporan ini disimpan dalam bentuk *softcopy* dan *hardcopy*.

6. Laporan *worksheet project*

Laporan *worksheet project* adalah laporan wajib yang harus dikumpulkan oleh pemilik usaha kepada fasilitator *project* per minggunya sebagai proses pembelajaran. Laporan ini berguna untuk memberikan informasi mengenai *progress* usaha yang dilakukan, baik kepada *fasilitator* maupun kepada pemilik bisnis sendiri. Laporan ini sendiri terbagi menjadi dua, laporan mingguan dan laporan bulanan. Di dalam laporan ini akan dijelaskan secara terinci segala kegiatan penjualan maupun kegiatan operasional, serta rencana kegiatan ke depannya. Laporan ini sekaligus menjadi acuan bagi *fasilitator* untuk memberi penilaian mengenai kinerja kelompok *project*. Data laporan *worksheet project* ini dibuat mulai dari awal *project* dibentuk yaitu semester empat hingga semester tujuh (Januari 2010 – Agustus 2011).

C. Tahapan Analisa Data

Data penelitian ini dianalisa sesuai dengan kronologi waktu berlangsungnya usaha GKT. Batasan waktu penelitian ini dimulai dari semester empat hingga semester enam, tepatnya bulan Agustus 2009 hingga Februari 2011. Data yang dianalisa adalah peristiwa-peristiwa yang terjadi selama berjalannya usaha Gae Koen Tok yaitu selama semester 3 Agustus 2009 hingga pertengahan semester 7 Agustus 2011.

Analisa data GKT berdasarkan waktu berlangsungnya usaha tersebut, dengan menggunakan urutan waktu: hari, bulan, semester dan tahun. Selanjutnya kegiatan usaha yang pernah GKT laksanakan, akan diurutkan terlebih dahulu dari yang paling awal hingga yang terbaru berdasarkan urutan waktu yang telah ditentukan.

Hasil dari pembahasan analisa tersebut akan dihubungkan dengan indikator karakter *Entrepreneur* yaitu *passion* dan *persistent* pada tiap semesternya. Adapun

indikator yang dimaksud telah disebutkan pada bab sebelumnya, yaitu pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 3.1
Indikator *passion* pada tahap keberlangsungan perusahaan

No.	Indikator <i>passion</i> pada perusahaan
1.	Tetap menjalankan usahanya meski banyak permasalahan yang dihadapi
2.	Perusahaan mampu bertahan dan tetap berjalan selama minimal 4 tahun
3.	Melakukan apapun demi <i>passion</i> nya, karena kecintaan terhadap bidang usaha yang dijalani
4.	Fokus terhadap apa yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya

Sumber: Riana, 2011 & Stickman 2007

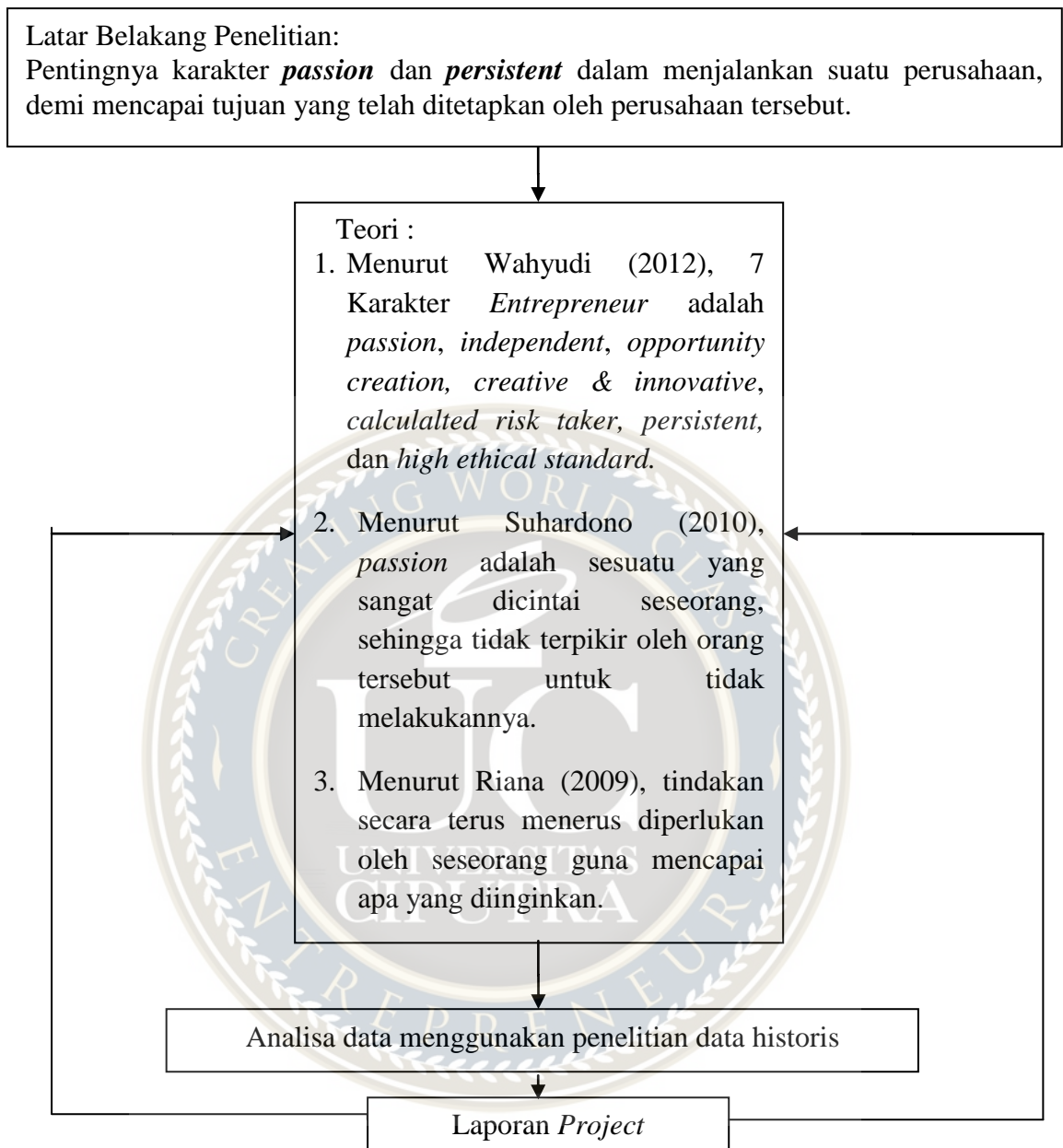
Tabel 3.2
Indikator *persistent* pada keberlangsungan perusahaan

No.	Indikator <i>persistent</i> pada perusahaan
1.	Memiliki prinsip yang kuat sehingga tidak goyah atas pendapat yang lain
2.	Prinsip yang dimiliki bersifat abadi dan dapat bertahan menghadapi rintangan
3.	Selalu bangkit tiap menghadapi kegagalan; jatuh 10 kali bangkit 11 kali

Sumber: Firmansyah, 2009 & Ciputra, 2009

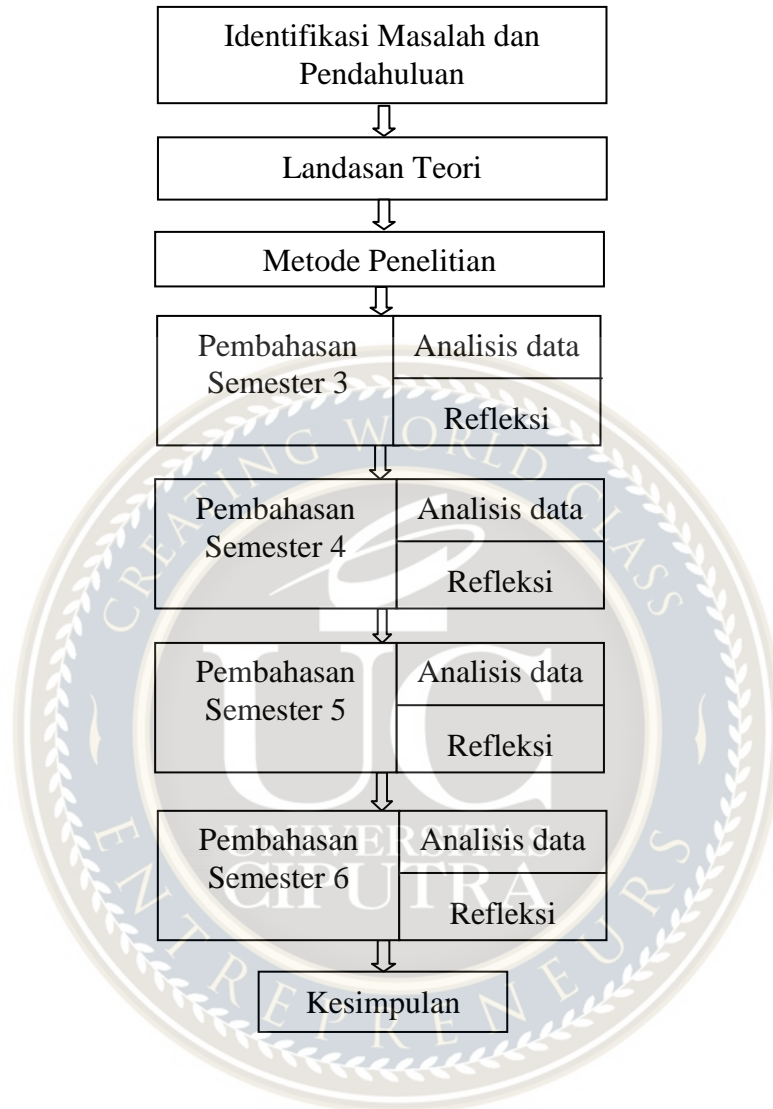
Selanjutnya hasil analisa akan dijadikan sebagai pembuktian pengaruh karakter *passion & persistent* yang dimiliki pelaku bisnis dalam membangun dan mempertahankan usaha yang dimilikinya. Setelah dibandingkan, maka akan diketahui apakah terdapat pengaruh antara karakter *passion & persistent* terhadap keberlangsungan usaha, sehingga dapat memberikan masukan serta acuan terhadap pemilik GKT ataupun pihak lain.

D. Kerangka Konseptual



Gambar 3.1
Kerangka Penelitian

E. Model Analisis Data



Gambar 3.2

Metode Analisis Data

