

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang dilakukan secara langsung dilokasi penelitian dan melibatkan pengumpulan dari sumber langsung, seperti wawancara, observasi, dan pengukuran. Penelitian lapangan yaitu untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang suatu masalah yang terjadi dalam lingkungan secara nyata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara lanjut mengenai penetapan harga menggunakan metode *Cost plus pricing* dan *Going rate pricing* pada bisnis kecantikan *Make up* . Selain itu, penelitian ini memiliki tujuan lain yaitu menentukan laba yang diinginkan, membangun reputasi melalui tingkat kepuasan pengguna jasa, dan membandingkan harga yang telah ditetapkan oleh pemilik Erika *Wedding Gallery* dengan penetapan harga menggunakan metode yang diusulkan oleh peneliti guna memperbaiki jika harga yang ditetapkan sebelumnya kurang tepat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah pendekatan dimana peneliti berusaha untuk menunjukkan kondisi yang telah terjadi secara realistis dan nyata dengan memberikan penjelasan sistematis dan akurat tentang fakta dan hubungan antara variabel yang diteliti. (Rukajat,2018). Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku dan kata – kata tertulis atau lisan dari subjek penelitian.(Hasnunidah, 2017). Penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada masalah manusia dan sosial dengan melakukan penelitian lapangan berupa wawancara, observasi, dokumentasi untuk memberikan gambaran keadaan perusahaan yang sebenarnya. Jenis penelitian ini melakukan penelitian secara alami dari subjek di lingkungan sekitar mereka daripada menggunakan hasil atau manipulasi variabel. (Gunawan,2014).

#### **B. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 38 *Make up Artist* (MUA) yang berdomisili di Wilayah Kota Metro. Dengan Jumlah 28 *Make up Artist* (MUA) profesional dan 10 *Make up Artist* (MUA) pemula. Jumlah terbilang ini didapatkan dari Komunitas *Make up Arist* (MUA) Kota Metro.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini, menggunakan metode *stratified sampling* dengan memperhatikan trend di sosial media. *Stratified sampling* yaitu pengambilan sampel dengan melibatkan populasi kedalam subgrup sesuai dengan kelompok tertentu. Dalam menentukan strata untuk kalangan *Make up Artist* (MUA) bisa dilihat dari beberapa faktor yaitu usia, jenis acara, pendapatan, lokasi geografis, pengalaman dan popularitas. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dari *Make up Artist* (MUA) Profesional di Kota Metro berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Pengalaman

Pengalaman seorang *Make up Artist* (MUA) dapat dilihat dari keahlian dan teknik *make up* yang dikuasai, mampu menciptakan tampilan yang sesuai sesuai dan mampu menentukan produk yang tepat kebutuhan *clientnya*.

2. Popularitas

popularitas seorang *Make up Artist* bisa dilihat dari apresiasi *client* atas hasil *make up* nya. Popularitas *Make up Artist* juga bisa dilihat dari kolaborasi dengan pihak luar baik dalam industri pernikahan maupun industri lainnya seperti fashion dan lain – lain. Popularitas juga bisa didapatkan melalui media sosial dimana membagikan hasil dari *make up* nya maupun membagikan tutiroal *make up* .

3. Jumlah *Client*

Jumlah minimal *client* yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimal 10 (sepuluh) baik *client* untuk pernikahan maupun untuk acara lainnya pada setiap bulannya.

Berdasarkan kriteria diatas maka diperoleh sampel untuk penelitian sejumlah 18 *Make up Artist* profesional.

**Tabel 4. Sampel Penelitian**

<b>NO</b>	<b>NAMA MAKE UP ARTIST</b>
1	Erika <i>Wedding Gallery</i>
2	Intan Noer Dyanthy MUA
3	Indah Karlina MUA
4	Yuyun Yulianti MUA
5	Nadya Aulia Zulfa MUA
6	Elin Herlin MUA
7	Vera Damayanti MUA
8	Ellok Aprilia MUA
9	Maria Beauty
10	Nada Aulia Ashila MUA
11	Arini MUA

NO	NAMA MAKE UP ARTIST
12	Anggun MUA
13	Tutut <i>Wedding Gallery</i>
14	Cornelia Andriyani Putri MUA
15	Adek Kurnia Septi MUA
16	Devina Veronika MUA
17	Wina Elfira Wahab MUA
18	Irma novianti MUA

### C. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan observasi dan mengumpulkan informasi di Erika *Wedding Gallery* yang beralamatkan di Jalan Merica I, Iringmulyo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro Lampung.

### D. Informan/Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah orang, kelompok, atau entitas yang dimaksud untuk diteliti pada lingkup usaha kecantikan *make up*. Informan adalah seseorang yang akan memberikan data atau wawasan tentang topik yang akan diteliti, informan dalam penelitian ini adalah pemilik dari Erika *Wedding Gallery* Metro.

### E. Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan penjelasan dari perusahaan yang menjadi subjek dalam penelitian ini secara langsung. Peneliti mengumpulkan data primer langsung dari sumber utama yaitu pemilik dari Erika *Wedding Gallery* Metro melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari media perantara atau secara tidak langsung seperti jurnal, buku, kajian literatur, atau internet. Sumber –sumber ini menyediakan informasi yang relevan mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. Data sekunder dalam penelitian ini berupa daftar harga jasa *Make up Artist* (MUA) yang dipilih menjadi sampel dalam penelitian.

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menjelaskan bagaimana variabel yang diukur atau diamati akan diukur secara khusus dalam suatu penelitian.

### 1. Harga Jasa *Make up Artist*

Harga yang ditetapkan oleh para *Make up Artist* (MUA) untuk layanan *make up* yang ditawarkan kepada calon pelanggan dengan mencakup biaya per acara.

### 2. Metode *Cost plus pricing*

Metode penetapan harga di mana harga jasa *Make Up Artist* ditetapkan dengan menambahkan presentase tertentu sebagai mark up ditambah dengan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

### 3. Metode *Going rate pricing*

Dalam metode *going rate pricing*, penetapan harga jasa *Make Up Artist* (MUA) ditetapkan berdasarkan tarif umum yang ada dipasaran industri *make up*, dengan melihat beberapa faktor seperti reputasi, pengalaman, kualitas hasil dan kreativitas. Harga ini bisa lebih rendah, lebih tinggi, atau sama antara *make up Artist* satu dengan yang lainnya.

### 4. Biaya operasional *Make up Artist* (MUA)

Biaya operasional *make up Artist* adalah semua biaya yang mencakup biaya bahan *make up* , biaya tenaga kerja biaya promosi, biaya transportasi, dan biaya overhead lainnya.

### 5. Laba yang diinginkan

Laba yang diinginkan merupakan target keuntungan yang ingin dicapai oleh para *Make up Artist* setelah menghitung semua biaya produksi dan biaya operasional yang telah dikeluarkan sebelumnya.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan, dengan menggunakan alat-alat sebagai berikut:

### 1. Wawancara/*Interview*

Wawancara merupakan proses tanya-jawab secara langsung dengan orang-orang yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional perusahaan. Peneliti akan menyiapkan pertanyaan yang bersifat fleksibel guna

mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. selain itu wawancara dilakukan untuk menambah wawasan mengenai usaha kecantikan *make up* .

## 2. **Observasi/Pengamatan**

Observasi adalah suatu metode dimana peneliti mengamati secara langsung maupun tidak langsung dari keadaan atau situasi yang sedang terjadi pada subjek penelitian. Observasi dilakukan secara struktur untuk memahami masalah dan tujuan dari penelitian.

## 3. **Dokumentasi**

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dengan mendokumentasikan dokumen yang diperlukan dalam penelitian seperti gambar, catatan, atau materi tertulis lainnya. Dokumentasi bertujuan untuk menyajikan data secara historis.

## H. **Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

### 1. **Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data merupakan serangkaian proses untuk mengorganisir, membersihkan, menganalisis, dan menampilkan data yang didapat guna menjadi informasi yang bermanfaat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengolahan data sebagai berikut:

#### a. **Reduksi data (*Data Reduction*)**

Proses reduksi data adalah melibatkan pemilihan, penyaringan, atau pengelompokan kumpulan data untuk membuat fokus pada kumpulan data yang lebih kecil dan lebih relevan yang akan digunakan untuk dianalisis dalam penelitian ini.

#### b. **Penyajian data (*Data Display*)**

Setelah selesainya proses reduksi data , maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah penyajian data. Penyajian data mencakup penyajian data dalam bentuk visual berupa kata atau frasa, dengan tujuan mengkomunikasikan informasi dengan lebih mudah dan mudah dipahami.

#### c. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)**

Setelah melakukan reduksi data dan penyajian data, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi makna dasar dari kata – kata yang dikumpulkan melalui reduksi data dan penyampaian data dalam

bentuk kalimat yang diringkas dan berdasarkan data. Setelah itu, kesimpulan harus diverifikasi untuk memastikan kebenarannya, sehingga diperoleh kesimpulan akhir yang lebih jelas.

## 2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kumpulan teknik dan pendekatan yang digunakan untuk menggali, memahami, dan menampilkan data. Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

### a. Menghitung Biaya Jasa dengan Metode *Full Costing*.

Metode penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing memperhitungkan semua komponen biaya produksi ke dalam harga pokok jasa, yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik tetap maupun variabel. (Badriah & Nurwanda, 2019). Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya jasa} = \text{biaya bahan dan peralatan} + \text{biaya tenaga kerja} + \text{biaya overhead} \dots \dots \dots (4)$$

### b. Penetapan harga jasa

Setiap perusahaan harus menetapkan harga jasa didasarkan pada perhitungan biaya pokok jasa menggunakan perhitungan yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jika penetapan harga jasa *Make up Artist* (MUA) menggunakan metode *cost plus pricing* dan *going rate pricing*. Dengan menggunakan metode *cost plus pricing* yang didasarkan pada pendekatan biaya produksi dan non-produksi, metode *cost plus pricing* memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga jual produk atau jasa tertentu. Dengan menggunakan harga yang telah ditetapkan, perusahaan dapat menanggung semua biaya yang dikeluarkan dan menghasilkan tingkat pengembalian laba yang diinginkan perusahaan. (Khaddafi et al., 2018). Sedangkan, Penetapan harga dengan metode going-rate, atau *going rate pricing*, adalah penetapan harga yang dibuat berdasarkan harga pasar yang berlaku. Untuk menjaga bisnis bertahan dan produk tetap laku dipasar, akan lebih penting untuk mengikuti tren harga di pasar. (Maulida Rohmah, Yunita Nur, 2022). Penetapan harga jasa dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Rumus *Cost plus pricing*:

$$\text{Harga jasa} = \text{Biaya Total} + \text{Margin Yang Diinginkan} \dots \dots \dots (5)$$

Sumber : Mulyadi (2014)

**c. Perbandingan Harga Jasa**

Penelitian ini menggunakan alat *Machine Learning* sebagai alat analisis perbandingan harga untuk mendapatkan hasil perbandingan harga jasa *Make up Artist* (MUA) antara Erika *Wedding Gallery* dengan *Make up Artist* (MUA) Lainnya yang telah ditentukan dalam sampel penelitian. *Machine learning* merupakan perangkat lunak, perangkat keras, ataupun gabungan yang digunakan oleh peneliti dalam mengembangkan atau mengevaluasi suatu model dan data.

Jenis alat penelitian dalam penelitian ini menggunakan *Kaggle*, yang merupakan salah satu jenis dari *Machine Learning*. *Kaggle* merupakan *platform online* yang digunakan yang menyediakan data set, kompetisi, dan juga sumber daya untuk penelitian. *Kaggle* data set digunakan untuk mencari data set sesuai dengan topik, ukuran, maupun popularitasnya.

**d. Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan ini diambil untuk menentukan harga jasa yang tepat dalam usaha kecantikan *make up*. Melalui proses yang dilakukan dengan penentuan biaya jasa menggunakan metode *full costing*, kemudian perhitungan harga jasa menggunakan metode *cost plus pricing* dan melihat harga pasaran yang ada atau metode *going rate pricing* di industri kecantikan *make up* guna mempertahankan keeksisan bisnis subjek penelitian. Pengambilan keputusan ini nantinya akan menyajikan uraian tentang penetapan harga jasa *Make up Artist* (MUA), menyajikan biaya jasa pada operasional perusahaan, dan menyajikan laba yang akan diperoleh perusahaan.