

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif, Penelitian eksploratif merupakan studi penjajakan, terutama sekali dalam pemantapan konsep yang digunakan dalam ruang lingkup penelitian yang lebih luas dengan jangkauan konseptual yang lebih besar Yusuf (2016:60)

3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *counter* Aceng *cellular* yang terletak di Kp. Leuwi Goong RT/RW 01/06. Desa Karang Tengah Kecamatan Babakan Madang Kabupaten Bogor. Penelitian ini dilakukan secara sengaja dengan persetujuan pemilik usaha *Counter* Aceng *cellular* pada Bulan Maret 2020 sampai Agustus 2020

Tabel 3. 1. Jadwal Penyusunan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																								
2	Pengajuan Izin																								
3	Persiapan Penelitian																								
4	Pengumpulan Data																								
5	Pengolahan Data																								
6	Analisis dan Evaluasi																								
7	Penulisan Laporan																								
8	Seminar hasil																								

3.3. Data Yang Diperlukan

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dan data primer dan sekunder Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dan individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram (Umar, 2014 42).

Tabel 3. 2. Data Yang Diperlukan Untuk Analisis

ASPEK	SUB ASPEK	DATA YANG DIPERLUKAN
Non finansial	Pasar dan pemasaran	1. Daftar produk 2. Daftar harga 3. Permintaan 4. Penawaran
	Teknis /produksi	1. Data stok barang 2. Data peralatan dan fasilitas 3. Tata letak 4. Data lokasi
	Manajemen dan Sumber daya Manusia	1. Jadwal kerja 2. Jenis pekerjaan 3. Penilaian kerja
Finansial	<i>Payback Period</i> (PP)	1. Laporan investasi 2. Laporan keuangan 1 tahun terakhir modal 3. Biaya operasi 4. Biaya investasi
	<i>Net Present Value</i> (NPV)	
	<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	
	<i>Profitability Index</i> (PI)	

3.4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang di wawancarai (*interview*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara

merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi. Yusuf (2015 :372)

Narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen
 2. Pemilik usaha
 3. Pesaing
- b. Observasi

Menurut Nasution dalam buku Sugiyono (2021:106) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan berinteraksi langsung kepada konsumen dan pesaing

- c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden yang akan menjawab.

Di kuesioner ini terdapat deskripsi identitas responden dan analisis pasar

1. Deskripsi identitas responden

merupakan salah satu teknik analisis data yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini dengan cara mengelompokkan menjadi beberapa kelompok berdasarkan profil konsumen yaitu : jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan

2. Analisis pasar

Kepuasan pelanggan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan guna mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap produk,promosi,tempat,pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

3.5. Alat Analisis

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif diperoleh dari aspek-aspek nonfinansial, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/produksi, aspek manajemen dan aspek pada finansial adalah *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI)

Tabel 3. 3. Alat Analisis

Aspek	Analisis	Alat Analisis
Pasar dan Pemasaran	• Potensi Pasar • <i>Marketing MIX</i>	• kuesioner
Teknik / operasi	• Analisis Tata letak (<i>layout</i>) • Analisis lokasi	• Observasi
Manajemen dan Sumber daya Manusia	• <i>Planning</i> • <i>Organizing</i> • <i>Actuating</i> • <i>Controlling</i>	• Wawancara
Finansial	• Analisis Investasi	• <i>Payback period</i> (PP) • <i>Net Prsent Value</i> (NPV) • <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) • <i>Profitability Index</i> (PI)

3.5.1. Aspek pasar Dan Pemasaran

1. Analisis Pasar Untuk mengolah data dalam aspek pemasaran, langkah- langkah yang diperlukan yaitu:

- a. Membuat kuisioner
- b. Mengolah data
- c. Membuat Laporan Survei

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing Mix ada 4 bagian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Produk (*Product*)

Ada beberapa hal yang akan dianalisis dari unsur produk yaitu:

1. Variasi produk
2. garansi produk
3. Stok barang

b. Harga (*Price*)

Ada beberapa hal yang tidak lepas dari harga dan dapat diuraikan secara sederhana, yaitu:

1. Harga tetap
2. Harga lebih murah
3. Harga grosir

c. Tempat (*Place*)

Tempat atau *place* dalam bauran pemasaran adalah saluran distribusi yang mengacu pada lokasi dimana produk atau jasa tersedia dan dapat dijual atau dibeli. Bertujuan untuk memudahkan konsumen supaya mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.

Ada beberapa hal yang tidak lepas dari tempat dan dapat diuraikan secara sederhana, yaitu:

1. Mudah dijangkau
2. Ada sistem COD (*cash on delivery*)

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan strategi yang diterapkan oleh pemasar untuk membuat pelanggan sadar akan keberadaan produk atau jasa. Promosi ini dapat berbentuk iklan, penjualan pribadi, media sosial, informasi dari mulut ke mulut, sponsor acara dan lain sebagainya.

3.5.2. Aspek Teknis/Operasi

Aspek teknis dan produksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilihan lokasi yang tepat merupakan bagian utama yang akan dianalisis pada aspek teknis. Diantaranya penetapan lokasi yang tepat dan strategis untuk dapat dilihat oleh pengunjung, kemudian peralatan dan proses produksi operasional perusahaan yang menunjang kelangsungan operasional perusahaan.

a. Penentuan lokasi usaha

Prioritas utama aspek teknis/produksi adalah menganalisis masalah penentu lokasi. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Dalam memilih lokasi tergantung pada jenis usaha atau investasi yang dijalankan.

Penilaian lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun nonfinansial. Keuntungan yang diperoleh dengan mendapatkan lokasi yang tepat antara lain:

1. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
2. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
3. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus.
4. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu.
5. Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
6. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

b. Tata letak (*Layout*)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020 :157-158) *layout* merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi/operasi. Layout dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi. Dengan adanya layout akan diperoleh berbagai keuntungan antara lain:

1. Memberikan ruang gerak yang memadai untuk beraktivitas dan pemeliharaan
2. Pemakaian ruangan yang efisien.
3. Mengurangi biaya produksi maupun investasi.
4. Aliran material menjadi lancar.
5. Pengangkutan material dan barang jadi yang rendah
6. Kebutuhan persediaan yang rendah
7. Memberikan kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja yang lebih baik

3.5.3. Aspek Manajemen Dan Sumber Daya Manusia

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:168-169) aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan. Baik menyangkut masalah SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen.

Fungsi Manajemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri, akan tetapi harus dilaksanakan secara berkesinambungan, karena kaitan antara satu fungsi dan fungsi lainnya sangat erat. Apabila salah satu fungsi tidak dapat dijalankan secara baik, maka jangan diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk keperluan studi kelayakan bisnis yang perlu dianalisis adalah bagaimana fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan diterapkan secara benar.

1. Perencanaan (*Planning*)

Beberapa kegiatan perencanaan dalam fungsi manajemen adalah

- Menentukan tujuan serta target perusahaan.
- Menyusun strategi untuk mencapainya.
- Menetapkan berbagai sumber daya yang mungkin dibutuhkan.
- Menentukan standar keberhasilan selama proses mencapai tujuan tersebut.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Untuk mewujudkan fungsi pengorganisasian yang baik, berikut beberapa kegiatan yang harus dilaksanakan

- Menyeleksi, merekrut dan memberikan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia.
- Menyesuaikan posisi tenaga kerja sesuai dengan kemampuan mereka.
- Menyusun dan menetapkan tugas serta mengalokasikan tenaga kerja sesuai prosedur.
- Menentukan struktur perusahaan sesuai tanggung jawab dan garis kewenangan.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Untuk mewujudkannya, berikut beberapa kegiatan yang biasa dilakukan fungsi pengarahannya.

- Bimbingan serta pemberian motivasi terhadap tenaga kerja.
- Sosialisasi tugas dan seluruh kebijakan dengan jelas.
- Penjelasan tugas pekerjaan secara rutin.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Berikut beberapa kegiatan yang biasa dilaksanakan dalam fungsi *controlling*

- Klarifikasi dan pemeriksaan atas kesalahan yang terjadi.
- Evaluasi target sesuai standar indikator yang telah ditetapkan.
- Pemberian alternatif solusi atas penyimpangan yang ada

3.5.4. Analisis Aspek Hukum

Aspek ini membahas masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk usaha dan izin-izin yang dimiliki. Kegiatan usaha dimanapun selalu memerlukan berbagai dokumen penunjang usaha beserta izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan kegiatannya. Dokumen dan izin-izin ini diperlukan bertujuan guna

melindungi kepentingan perusahaan itu sendiri dari berbagai hal (Kasmir dan Jakfar :2020 32-33)

Berdasarkan aspek hukum yang diperlukan seperti : izin lokasi, surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (KTP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Kartu Tanda Penduduk (KTP).

3.5.5. Aspek Keuangan

a. *Payback Period (PP)*

Metode ini mengukur seberapa cepat investasi akan kembali, jika periode *payback* ini lebih pendek daripada yang di syaratkan, maka proyeksi ini menguntungkan, sedangkan jika lebih lama proyeksi akan ditolak.

Rumus yang biasa digunakan dalam menghitung PP sebagai berikut:

1. Apabila kas bersih setiap tahun nya sama :

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih / Tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$

2. Apabila kas bersih setiap tahun nya berbeda :

$$PP = \frac{\text{Investasi} - \text{Kas bersih 1}}{\text{Tahun berikutnya}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa cepat waktu pengembalian investasi. Kriteria penilaian kelayakan bisnis berdasarkan *Payback Period* adalah apabila *Payback Period* lebih kecil dari priode investasi, maka usulan investasi layak dilanjutkan, sebaliknya apabila *Payback Period* lebih besar dari priode investasi, maka usulan investasi tidak layak dilanjutkan.

b. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan *net present value* (NPV).

Untuk menghitung NPV, terlebih dahulu kita harus tahu berapa PV kas bersihnya. PV kas bersih dapat dicari dengan jalan membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu.

Rumus yang biasa digunakan dalam menghitung NPV sebagai berikut:

$$NPV = \frac{\text{Kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi}$$

Kriteria yang digunakan dalam penelitian NPV adalah

NPV positif, maka investasi diterima: dan jika

NPV negatif, sebaiknya investasi ditolak

Apabila diasumsikan tingkat bunga pengembalian yang diinginkan (*cost of capital*) adalah 20% maka hitung NPV-nya.

c. *Internal Rate of Return (IRR)*

Metode IRR merupakan cara untuk menentukan spesifik *rate of return* dan *cash flow* suatu proyek selama masa investasi . metode IRR dapat menggambarkan profitabilitas suatu investasi dalam presentase, dan apabila terdapat banyak ketidak pastian mengenai *discount rate* atau sangat sulit menentukan *discount rate* yang paling sesuai, maka IRR dapat dijadikan pedoman.

Dengan menggunakan metode IRR, rata-rata pengembalian (*average return*) dapat dilihat. Cara menghitung IRR adalah jumlah nilai sekarang dari keuntungan setelah pajak dibagi nilai sekarang dari investasi total, yang dihitung selama masa investassi

Semakin tinggi risiko investasi, penerapan nilai IRR juga harus semakin tinggi metode IRR dan NPV sangat erat kaitanya, karena IRR dapat dilihat sebagai *discount rate* yang menjadikan NPV dari investasi sama dengan nol. Artinya mendiskon seluruh *net cash flow* sehingga akan menghasilkan jumlah NPV yang sama dengan nol.

Rumus yang biasa digunakan dalam menghitung IRR sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Dimana; i_1 = Tingkat diskon yang dihasilkan NPV +

i_2 = tingkat diskonto yang menghasilkan NPV –

NPV1 = Net present value bernilai positif

NPV2 = Net present value bernilai negatif

Kriteria penilaian kelayakan investasi berdasarkan IRR adalah

- a. apabila $IRR > \text{tingkat pengembalian yang diinginkan}$ investasi layak
- b. apabila $IRR < \text{tingkat pengembalian yang diinginkan}$, maka usulan investasi tidak layak

Semakin tinggi investasi IRR maka semakin menarik investasi tersebut

d. Profitability Index (PI)

Profitability Index merupakan rasio nilai sekarang dari arus kas bebas masa depan terhadap pengeluaran awal. Walaupun kriteria investasi NPV memberikan suatu ukuran nilai absolut dari suatu proyek, *Profitability Index* menjadi ukuran relatif yang diinginkan proposal investasi. *Profitability Index* dapat dinyatakan sebagai berikut Kasmir dan Jakfar (2020:108)

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100 \%$$

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI adalah :

Jika $PI > 1$, maka investasi dikatakan layak

Jika $PI < 1$, maka investasi dikatakan tidak layak.

Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP