

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Wilayah Perwira, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi Tahun 2022 sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022
1	Observasi Awal					
2	Pengajuan izin penelitian					
3	Persiapan instrumen penelitian					
4	Pengumpulan data					
5	Pengolahan data					
6	Analisi dan evaluasi					
7	Penulisan laporan					
8	Seminar hasil penelitian					

Sumber: Peneliti 2022

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:49) “penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk memetakan suatu objek secara relatif mendalam atau dengan kata lain penelitian eksploratif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu dan dipakai manakala kita belum mengetahui secara persis dan spesifik mengenai objek penelitian kita”.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data ada beberapa cara atau metode yang bisa digunakan, baik itu secara langsung ataupun melalui sumber atau media lain. Cara pengumpulan data dapat dilakukan diantaranya melalui:

1. Interview/wawancara, yaitu proses memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung (tanya jawab secara lisan) dengan responden penelitian. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari perusahaan.
2. Studi pustaka, yaitu dengan jalan mempelajari literatur, jurnal ekonomi, media cetak dan lain-lain. Sumber data dapat diperoleh melalui perpustakaan atau dapat juga melalui internet.
3. Observasi, yaitu penjarangan untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan terhadap obyek penelitian secara seksama dan sistematis secara langsung.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2002:197) yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah “cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya”. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Juni 2019 sampai dengan 10 Juli 2019. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu Observasi dan Kuisisioner.

- a. Observasi, yaitu mengamati secara langsung di lapangan dengan mengamati usaha sejenis untuk mengetahui lebih dalam mengenai aspek-aspek yang akan diteliti.
- b. Kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011).

3.5. Alat Analisis

3.5.1. Alat analisis Pasar dan Pemasaran

Materi alat yang dibahas menurut Subagyo (2007:53) Pedoman Penulisan Skripsi SKB ini adalah:

a. Analisis Pasar

Analisis pasar berguna untuk mengetahui tanggapan calon konsumen terhadap produk atau objek yang diteliti. Untuk mengetahui hal tersebut berikut adalah langkah langkah untuk menganalisis pasar:

1. Membuat TOR (*Term of Reference*)
2. Membuat kuisioner
3. Mengumpulkan data
4. Mengolah data
5. Membuat laporan survey

b. Analisis Persaingan

Analisis persaingan digunakan untuk mempertimbangkan produk kita dengan produk dari pesaing. Membuat Matrix persaingan produk dari penilaian responden sebanyak 100 orang dan menentukan produk yang harus dihasilkan sesuai kebutuhan pasar.

Tabel 3.2 Matrix Persaingan

Produk

Atribut Produk	Produk Pesaing
Produk	
1. Kemasan Air Isi Ulang	
2. Kualitas Air Isi Ulang	
Harga	
Harga yang ditawarkan terjangkau	
Promosi	
1. Iklan di Media Sosial	
2. Memberikan Diskon	
Lokasi	

1. Jarak dekat jalan raya	
2. Jarak dekat pemukiman	
3. Pusat keramaian	
Distribusi	
Layanan pesan antar	

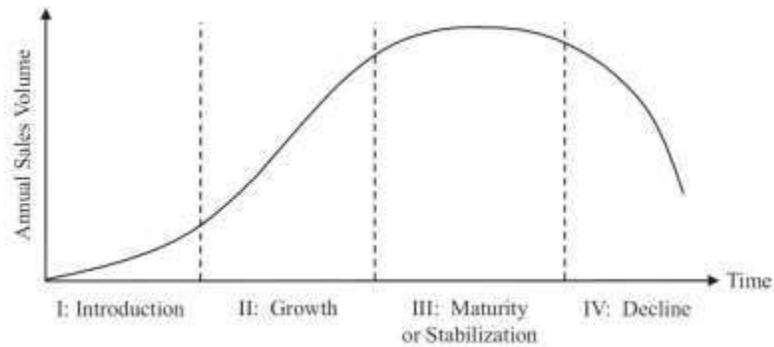
Sumber: Peneliti 2022

Keterangan:

- a) Pilihan masing-masing produk menggunakan kategori 1, 2, 3, 4, 5.
- b) 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju

c. Analisis *Product Life Cycle*

Alat analisis *Product life cycle* dipilih oleh penulis untuk menilai pasar yang mengacu pada pergerakan tren, untuk memahami persoalan pergerakan tren yang terus mengalami kenaikan namun kemudian berfluktuatif dan selanjutnya mulai mengalami penurunan ada baiknya kita memahami konsep daur hidup produk atau (*Product Life Cycle*). Menurut Irham F (2015:140) *Product Life Cycle* adalah kondisi dimana suatu produk memiliki empat tahap proses secara umum, dimulai dari masa pengenalan, pertumbuhan, kematangan hingga penurunan. Untuk lebih jelasnya kita dapat lihat tabel dibawah ini:



Gambar 3.3. *Product Life Cycle*

- I. Pada fase I adalah masa suatu perusahaan dalam meluncurkan produknya ke pasaran pada fase ini konsumen mulai melihat produk tersebut, baik dalam bentuk iklan di berbagai media, maupun yang datang langsung ketempat penjualan produk.
- II. Pada fase II adalah masa pertumbuhan pada saat produk yang diciptakan oleh perusahaan tersebut telah masuk ke pasaran dan mulai memiliki nilai perhatian kepada para publik mulai menyukai produk tersebut untuk diminati dalam artian telah mulai terjadi loyalitas konsumen pada produk tersebut. Dan diperkirakan ini akan terus bertambah jumlah konsumen yang loyal pada produk tersebut.
- III. Pada fase III adalah dimana produk perusahaan telah mencapai kematangan atau kedewasaan yaitu produk perusahaan telah masuk ke benak konsumen dan para konsumen telah mengenal produk tersebut memiliki kualitas dan nilai di pasaran.
Dimana produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut telah memiliki nilai jual tinggi di pasaran dan manajemen perusahaan selalu dalam keadaan terkendali
- IV. Pada fase IV adalah masa penurunan penjualan suatu produk. Pada fase inilah bagi suatu perusahaan perlu antisipasi terhadap penjualan, terhadap dampak yang akan timbul bagi perusahaan yang bersangkutan baik dampak langsung kepada kondisi

finansial perusahaan maupun dampak tidak langsung yaitu pada pandangan publik terhadap produk.

3.6.Aspek Teknis

3.6.1. Alat Analisis Produksi

Beberapa alat analisis yang digunakan dalam aspek produksi antara lain:

1. Analisis seleksi produk, digunakan untuk memilih produk yang *acceptable* di pasar sehingga Produk dapat terjual dengan mudah.
2. Analisis proses produksi, digunakan untuk mempermudah menentukan Proses produksi yang tepat guna.
3. Analisis kapasitas produksi, digunakan untuk menentukan jumlah produksisesuai dengan kebutuhan.
4. Analisis fasilitas produksi, merupakan penentuan bagaimana suatu aset tetap perusahaan digunakan secara baik untuk menunjang tujuan perusahaan.
5. Analisis *layout*, digunakan untuk mengatur tata letak mencakup lokasi peralatan dalam bagian yang kecil dan mengatur letak bagianbagian yang diatas bidang tanah bangunan

3.6.2 Analisis SDM (Sumber Daya Manusia)

Suatu bisnis atau non bisnis tidak dapat berjalan tanpa adanya sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia sangat diperlukan agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan terarah. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang berkaitan dengan sumber daya manusia.

Berikut beberapa aspek yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Analisis Kebutuhan Kerja (Job Analysis) dengan seleksi karyawan sesuai kemampuan pada posisi yang dibutuhkan.

Priansa (2016:69) menerangkan bahwa analisis jabatan merupakan salah satu dasar bagi pengembangan SDM berbasis kompetensi. Melalui analisis jabatan yang tepat maka pegawai akan memiliki kompetensi yang ditempatkan sesuai dengan kompetensinya. Prinsip "*the right man on the right place*" sebagai filosofi dan rujukan

dalam upaya untuk meningkatkan kinerja organisasi juga merupakan prinsip dan rujukan bagi analisis jabatan yang baik. Hasil analisis jabatan yang dilakukan menjadi sumber informasi penting bagi organisasi untuk melakukan pengembangan pegawai.

Informasi yang diperoleh dari analisis jabatan mencakup tanggung jawab, kewajiban, serta kualifikasi minimal atau persyaratan minimal bagi pegawai dalam rangka melaksanakan suatu jabatan sesuai dengan standar kinerja yang diharapkan oleh organisasi. Hasil analisa jabatan dapat berupa deskripsi jabatan (*job description*) dan spesifikasi jabatan (*job specification*).

2. Analisis Struktur Organisasi, dengan alat Analisis ini memberikan struktur yang tepat agar organisasi berjalan dengan baik.
3. Analisis Seleksi Karyawan, digunakan untuk menentukan Karyawan yang tepat sesuai kebutuhan.

3.7. Metode Alat analisis Pasar

Berikut adalah contoh format dari *TOR* dan kuesioner yang akan menjadi alat dari analisis pasar:

Nama Kegiatan: Survey Potensi Depor Air Isi Ulang

1. Analisis Situasi

3.7.1.1. Air menjadi kebutuhan penting bagi kehidupan makhluk hidup, khususnya kebutuhan akan air bersih. Sejalan dengan pertambahan dan perkembangan penduduk, maka kebutuhan terhadap air bersih juga semakin meningkat, persaingan untuk mendapatkan air bersih untuk berbagai macam kepentingan juga akan terus meningkat. Perkembangan wilayah pada suatu daerah akan menyebabkan kebutuhan air bersih terus meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk. Pemenuhan kebutuhan pangan dan aktivitas penduduk selalu erat kaitannya dengan kebutuhan akan air bersih. Tuntutan tersebut tidak dapat dihindari, tetapi

haruslah diprediksi dan direncanakan pemanfaatan sebaik mungkin. Tidak semua masyarakat mempunyai sumber air yang memenuhi syarat kesehatan. Seiring dengan bertambahnya penduduk, kebutuhan air bertambah, ini berarti bertambah pula masyarakat yang membutuhkan air bersih untuk keperluan sehari-hari. Penelitian yang akan dilakukan berorientasi untuk mengetahui pola perilaku konsumen dan mengukur potensi pasar usaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU)

2. Tujuan Survey:

- a) Untuk mengetahui kebutuhan air minum isi ulang di masyarakat khususnya wilayah Kecamatan Bekasi Utara
- b) Untuk mengukur tingkat pendapatan rata rata masyarakat wilayah Kecamatan Bekasi Utara
- c) Untuk mengetahui tingkat pengeluaran masyarakat dalam pembelian Air Minum Isi Ulang
- d) Untuk mengetahui minat masyarakat terhadap Air Minum Isi Ulang

3. Metodologi

a. Populasi

Penduduk yang tinggal di wilayah Kecamatan Bekasi Utara

b. Sampling

Metode penentuan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

c. Sampel

Jumlah yang akan dijadikan responden sebanyak 50 orang.

4. Teknik Penyebaran

- a) Responden prioritas adalah yang beralamat di wilayah Kecamatan Bekasi Utara
- b) Tahapan penyebaran kuisioner:

1. Mendatangi pemukiman masyarakat didaerah wilayah Kecamatan Bekasi Utara
2. Meminta izin waktu responden untuk mengisi kuisisioner
3. Sesuai dengan janji, responden melaksanakan tugasnya
4. Pengisian kuisisioner kurang lebih 7 menit
5. Kuisisioner yang telah diisi dan diberikan jawaban oleh responden dapat segera dilakukan rekap dan ditabulasi ke dalam lembar jawaban yang tersedia

5. Periode Survei

Kegiatan survei akan dilaksanakan mulai Bulan April-Juli 2022

6. Target dan Output

Target dan output dari kegiatan ini dengan mekanisme sebagai berikut:

- a) Target 10 responden per hari
- b) Responden sebanyak 100 orang akan dapat di sebar kuisisioner dalam waktu 10 hari
- c) Output berupa laporan rekap hasil survei, sebagaimana terlampir di Bab IV.

KUISISIONER IDENTIFIKASI ANALISIS KEBUTUHAN AIR MINUM ISI ULANG

Identitas Diri

Nama Lengkap :

Status Pekerjaan

- Pedagang
- Pegawai (PNS)
- Pegawai Swasta/Karyawan
- Lain-Lain,Sebutkan

Jenis Kelamin

- Laki-laki

- Perempuan

Besaran Penghasilan Per Bulan

- < 1 Juta
- 1.1 – 2 Juta
- 2.1 – 3 Juta
- 3.1 – 4 Juta
- 4.1- 5 Juta
- > 5 Juta

Pendidikan Terakhir

- SD
- SMP
- SMA
- Sarjana

Kebiasaan Berbelanja/Membeli Air Minum Isi Ulang

1. Apakah anda pernah membeli air minum isi ulang ?

- Ya
- Tidak

2. Seberapa sering anda membeli air minum isi ulang?

- Seminggu 1-2 Kali
- Seminggu 3-4 Kali
- Seminggu 5-6 Kali
- > 7 Kali dalam seminggu

3. Berapa besar uang yang anda belanjakan untuk membeli air minum isi ulang?

- < Rp.20.000
- Rp 50.000 – 100.000
- Rp 110.000 – 150.000
- > 151.000

4. Apakah Jarak Depot air minum isi ulang dari tempat tinggal Anda terjangkau?

- Sangat Setuju
- Setuju

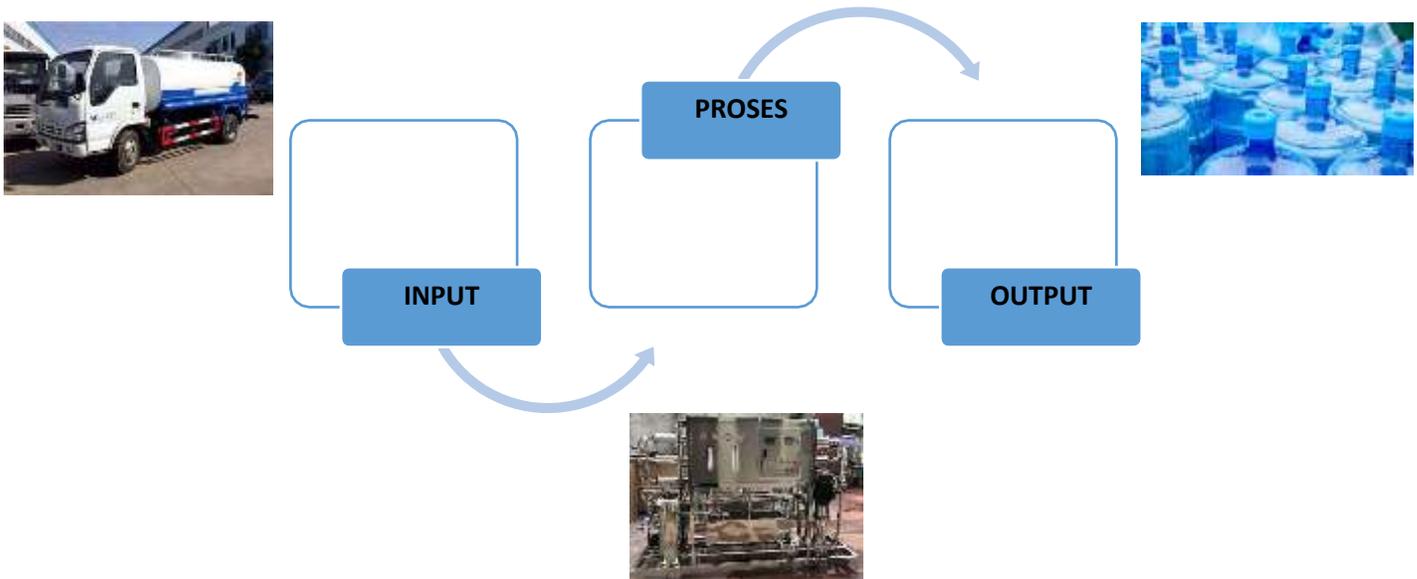
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

5. Digunakan untuk apa saja air minum isi ulang yang Saudara beli ?

- Untuk Minum
- Untuk Mencuci
- Untuk Memasak
- Lainnya.....

Metode Analisis Produksi

Gambar 3.4. Proses Produksi



a. Input,

Pada proses input depot air minum isi ulang menerima kiriman air minum dari pabrik/pemasok air

b. Proses

Pada bagian proses, air yang telah masuk dari pemasok diolah menggunakan teknologi filtrasi

c. Output

Pada bagian output air yang telah melewati filtrasi ditampung dan siap untuk dikemas melalui gallon air minum yang siap untuk di distribusikan.

2. Analisis Kapasitas Produksi:

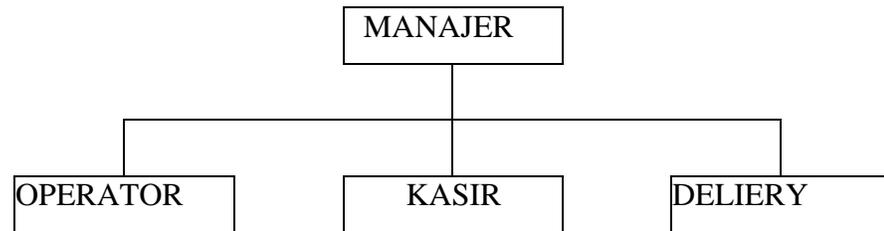
- a. Kapasitas Efektif, yaitu Produksi yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pelanggan.
- b. Kapasitas Efisien, produksi yang dihasilkan sesuai dengan ketersediaan air
- c. Kapasitas Rasio, Memproduksi barang sesuai dengan jumlah rata-rata pengeluaran setiap harinya.

3.7.1. Analisis Aspek SDM

Job Analysis dan seleksi karyawan yang dibutuhkan untuk restoran:

1. Staff keuangan, untuk mengatur keluar masuknya arus kas, orang yang mengerti tentang keuangan dan akuntansi.
Kriteria pendidikan min. SMK Jurusan Akuntansi.
2. Operator, Orang yang bertugas melayani dan melakukan pengisian air ke gallon air minum
Kriteria pendidikan min. SMK/SMA
3. Staff pengiriman, Orang yang melakukan pengiriman air gallon ke alamat pelanggan

Struktur organisasi yang sesuai untuk usaha ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.5. Struktur Organisasi

Sumber: Penulis, 2022

3.7.2. Metode Analisis Aspek Keuangan

Menurut Subagyo (2007:210) Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis aspek pemasaran adalah:

1. Analisis Investasi

Analisis investasi yaitu kriteria untuk menentukan layak atau tidaknya usaha yang akan dijalankan ditinjau dari analisis tersebut. Kriteria ini sangat tergantung dari kebutuhan masing-masing perusahaan dan metode yang akan digunakan untuk menentukan kelayakan

a. Payback Period (PP)

Metode *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi suatu proyek atau usaha perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*procced*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi menggunakan modal sendiri).

Rumus yang digunakan pada *Payback Period* sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 100$$

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 dua PV tersebut 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 *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu. Rumus yang bisa digunakan dalam menghitung NPV sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{OCF_t}{(1+k)^t} - IO$$

Keterangan:

OCF_t = Arus kas Setelah pajak pada periode t

IO = Pengeluaran awal investasi

K = Tingkat diskonto (*discount factor*), yaitu tingkat pengembalian minimum yang diinginkan atas suatu investasi

n = Lamanya proyek yang di jalankan setelah memperoleh hasil-hail yang dengan:NPV Positif, maka investasi diterima
NPV negative, sebaiknya investasi ditolak

c. Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengambilan hasil intern. Rumus untuk mencari IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Keterangan:

P1 = Tingkat bunga 1

P2 = Tingkat bunga 2

C1 = NPV 1

C2 = NPV 2

Kriteria Penilaian IRR adalah

- 1) Jika $IRR >$ dari suku bunga yang telah di tetapkan maka investasi diterima.
- 2) Jika $IRR <$ dari suku bunga yang telah di tetapkan, maka investasi ditolak