

BAB 1

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Pengertian Metodologi Penelitian

Metode Penelitian adalah suatu upaya untuk menemukan, mengembangkan serta menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan cara-cara ilmiah (Panjaitan & Ahmad, 2022). Metode Penelitian merupakan suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan cara-cara ilmiah. (Syafriada Hafni Sahir, 2022)

Metode penelitian merupakan serangkaian kegiatan dalam mencari kebenaran suatu studi penelitian, Setelah mempejari bagaimana tujuan, manfaat serta aspek yang harus diperhatikan dalam penelitian, secara garis besar metode penelitian adalah langkah atau kegiatan dalam informasi sehingga memperoleh data agar bisa diolah dan dianalisis. Artinya metode penelitian adalah bagaimana peneliti membuat gambaran secara komprehensif. (Syafriada Hafni Sahir, 2022)

1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dipakai untuk penelitian ini adalah penelitian eksploratif. Yang termasuk penelitian eksploratif adalah penelitian studi kasus (mempelajari). Dalam penelitian ini tidak memakai hipotesis. Pada jenis penelitian ini pada umumnya lebih banyak menemukan atau membangun suatu ilmu (Syahza, 2021) . Tujuan eksploratif adalah suatu kegiatan dalam rangka menunjukkan pengetahuan baru dan belum pernah ada. Oleh karena itu, penelitian eksploratif mempunyai fungsi strategis dalam kerangka penelitian yang lebih rumit dan kompleks dengan penggunaan sumber informasi baik primer maupun sekunder (Syafriada Hafni Sahir, 2022)

1.3 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di fokuskan untuk cabang area Pekalongan, yakni mulai Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2022 – Agustus 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada table dibawah ini:

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022			
		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	ACC Judul Penelitian		■																						
3	Pengajuan Ijin Penelitian ke Perusahaan			■																					
4	Penyusunan Bab I, II, III				■																				
5	Penyerahan Bab I, II, III					■																			
6	Ujian Sidang Proposal						■																		
7	Persiapan Instrumen Penelitian							■																	
8	Pengumpulan Data								■																
9	Pengolahan Data									■															
10	Analisis & Evaluasi										■														
11	Penulisan Laporan																■								
12	Seminar Hasil Penelitian																								■

Sumber: Peneliti, 2022

1.4 Teknik Yang Diperlukan

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara mendalam (in depth interview) pada responden secara purposive dan observasi ke tempat usaha secara langsung. Menurut di dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data yang dua di antara nya adalah sebagai berikut:

1. Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada narasumber yang sudah ditentukan. Oleh karena itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam wawancara yaitu sebagai berikut:

- a) Subjek atau responden penelitian yang berhubungan dengan penelitian.
- b) Pernyataan responden harus benar dan dapat dipercaya
- c) Responden harus mengerti dengan topik yang dibicarakan oleh peneliti

2. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan peneliti turun langsung ke lapangan, kemudian mengamati gejala yang sedang diteliti setelah itu peneliti bisa menggambarkan masalah yang terjadi yang bisa dihubungkan dengan teknik pengumpulan data yang lain seperti kuesioner atau wawancara dan hasil yang diperoleh dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu.

1.5 Alat Analisis

1.5.1 Alat Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai suatu kegiatan membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda mungkin memerlukan produk atau marketing *mix* yang berbeda pula. Dalam melakukan segmentasi pasar itu sendiri, terdapat beberapa variable yang harus diperhatikan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran.

Variable untuk melakukan segmentasi terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Variabel utama untuk melakukan segmentasi menurut Kotler, yaitu:

- a. Segmentasi berdasarkan *geografis* (bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan, iklim).
- b. Segmentasi berdasarkan *demografis* (umur, jenis kelamin, ukuran keluarga daur hidup keluarga, pendapat, pekerjaan, Pendidikan, agama, ras).
- c. Segmentasi berdasarkan *psikografis* (kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian).
- d. Segmentasi berdasarkan perilaku (pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggapan terhadap suatu produk).

2. Pasar Sasaran (*Targetting*)

Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Kegiatan menetapkan pasar pada dasarnya mencakup hal-hal sebagai berikut.

a. Evaluasi Segmen Pasar

1. Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan dan margin laba dari setiap segmen
2. Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas.
3. Sasaran dan sumber daya perusahaan.

b. Memilih Segmen

Memilih segmen, yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani.

1. Pemasaran serbasama, yaitu melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan.
 2. Pemasaran serbaaneka, yaitu merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan, atau kepribadian. Misalnya dengan membedakan desain produk yang ditujukan untuk industri mobil.
 3. Pemasaran terpadu, yakni khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.
3. Posisi Pasar (*Positioning*)
- Menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atas suatu pasar. Tujuan penetapan posisi pasar (*positioning*) adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.
4. Kelayakan Pemasaran/ Persaingan

Tabel 1.2 Matriks Pembobolan Berskala

No	Item Yang Dinilai	Kriteria Penilaian				
		Sangat Lemah (1)	Lemah (2)	Sedang(3)	Kuat(4)	Sangat Kuat(5)
1	Sumber Daya Manusia					
2	Pesaing					
3	Konsumen					
4	Teknologi					
5	Model/Trend					
6	Armada Pemasaran					
7	Harga					
8	Promosi					
9	Distribusi					
10	Produk dan Lini Produk					
11	Mutu Produk					
12	Peraturan Pemerintah					
13	Lingkungan Bisnis					
14	Ketersediaan Bahan Baku					
15	Rencana Pemasaran					
16	Penyimpanan Produk					
17	Margin Laba					
18	Ketersediaan Modal					
19	Pangsa Pasar					
20	Manajemen Pemasaran					
Total Bobot						

Sumber: (Sugiyanto et al., 2020)

Untuk mengetahui layak atau tidaknya dari segi pemasaran, maka dapat dicari dengan rumus:

Kelayakan usaha = total bobot/jumlah item yang dinilai

Skala Penentuan:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak layak

1,81 – 2,60 = tidak layak

2,61 – 3,40 = sedang

3,41 – 4,20 = layak

4,21 – 5,00 = sangat layak

5. Marketing Mix

Tabel 1.3 Marketing Mix

No	Marketing Mix	Penjabaran Mengenai:
1	<i>Product</i>	1. Desain 2. Teknologi 3. Branding 4. Kegunaan & fungsi 5. Value Kualitas produk
2	<i>Price</i>	1. Strategi 2. Asumsi 3. Komparasi pasar 4. Psikologi pelanggan
3	<i>Place</i>	1. Saluran distribusi 2. Lokasi 3. Cakupan pasar 4. Transportasi
4	<i>Promotion</i>	1. Harga 2. Diskon 3. Momentum 4. Special offers 5. Giveaway 6. Endorsment 7. Sales canvassing 8. Direct mailing
5	<i>People</i>	1. Karyawan 2. Mitra strategis 3. Budaya organisasi 4. CS After sales
6	<i>Process</i>	1. SOP
7	<i>Physical Evidence</i>	1. Kantor 2. Aset perusahaan

Sumber: (Sugiyanto et al., 2020)

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak.
2. Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.5.2 Alat Analisis Aspek Hukum

1. Legalitas Usaha

Dari segi legalitas usaha, unit usaha perlu memiliki beberapa dokumen badan hukum untuk melaksanakan usaha bisnis sebagai bekal agar usaha yang dilaksanakan berjalan dengan lancar, maka dari itu perlu diperhatikan hal-hal berikut:

2. Badan Usaha

Jenis badan hukum usaha yang dijalankan adalah perusahaan perorangan. Jenis perusahaan ini merupakan perusahaan yang diawasi dan dikelola oleh seseorang. Dtu pihak ia memperoleh semua keuntungan perusahaan dilain pihak juga menanggung semua resiko yang timbul dalam kegiatan perusahaan.

3. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Sesuai dengan UU No.3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap usaha yang bersifat tetap dan terus menerus didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan/laba

4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Sebagai badan usaha, perusahaan perlu mendaftarkan NPWP atas aktiva usaha perusahaan ke Departemen Direktorat Jendral Pajak setempat. NPWP merupakan nomer yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas bagi wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Kepemilikan NPWP penting sebab supaya usaha perusahaan dapat memberikan penghasilan kepada pemerintah.

5. Izin-izin Perusahaan

Sebagai pelaku usaha yang patuh terhadap hukum yang berlaku, maka perusahaan juga memiliki beberapa dokumen perizinan sesuai dengan jenis bidang usaha yang dijalankan. Izin-izin tersebut antara lain:

- b. Nomor Induk Berusaha
- c. Surat Izin Usaha

6. Bukti Diri

Unit perusahaan mempunyai bukti diri mengenai identitas para pemilik usaha yang dikeluarkan oleh Kelurahan yang dikenal dengan nama Kartu Tanda Penduduk (KTP) beserta tanda identitas lainnya yang diperlukan.

Dengan kriteria penilaian:

- Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak
- Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.5.3 Alat Analisis Aspek Manajemen

Sebelumnya telah dijelaskan, bahwa menganalisis aspek manajemen tidak terlepas dari perencanaan, pengorganisasian, *actuating* dan pengendalian. Berikut adalah alat analisis yang akan digunakan:

Tabel 1.4 Alat Analisis Aspek Manajemen

<i>Planning</i> (Perencanaan)	<i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	<i>Actuating</i> (Pelaksanaan)	<i>Controlling</i> (Pengawasan)
1. Program yang akan dilaksanakan 2. Kapan dilaksanakan 3. Bagaimana cara pelaksanaan 4. Dengan cara apa dilaksanakan	1. Pembagian tugas 2. Pembagian wewenang dan tanggung jawab 3. Pembagian wilayah	1. (Pemberian SOP 2. Pemberian motivasi 3. Pelatihan/skill development	1. Monitoring pelaksanaan 2. Cara meminimalisir resiko 3. Evaluasi rutin

Sumber: (Sugiyanto et al., 2020)

Dengan kriteria penilaian:

- Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak
- Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.5.4 Alat Analisis Aspek Teknis dan Teknologi

Penentuan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Berikut adalah beberapa pertimbangan dalam menentukan Aspek Teknis dan Teknologi menurut (Kristian & Indrawan, 2019)

- a. Menganalisis kelayakan lokasi untuk menjalankan bisnis.
- b. Menganalisis besarnya skala produksi untuk mencapai tingkatan skala ekonomis.
- c. Menganalisis kriteria pemilihan mesin dan peralatan untuk menjalankan proses produksi.
- d. Menganalisis teknologi yang akan digunakan

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak.
2. Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.5.5 Alat Analisis Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam penilaian pada aspek sumber daya manusia ini berkaitan dengan aspek teknis dan teknologi. Analisa ini sudah mempunyai gambaran tentang bentuk organisasi dan struktur yang dibutuhkan dalam menjalankan kegiatan usaha, perusahaan memerlukan tenaga kerja yang sesuai dengan spesifikasi yang diperlukan perusahaan:

- a. Analisa Pekerjaan

Pekerjaan merupakan komponen dasar bagi struktur organisasi dan merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi. Analisis pekerjaan merupakan suatu proses untuk menentukan isi suatu pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dijelaskan kepada orang lain. Isi suatu pekerjaan merupakan hasil dari analisis pekerjaan dalam bentuk

tertulis dan sering disebut sebagai deskripsi pekerjaan. Selanjutnya, agar suatu pekerjaan dapat dikerjakan oleh orang yang tepat, maka diperlukan syarat yang harus dipenuhi oleh orang tersebut yang sering disebut dengan kualifikasi/spesifikasi yang dibutuhkan.

b. **Analisa Seleksi Karyawan**

Seleksi merupakan proses pemilihan individu-individu yang memiliki kualifikasi yang relevan untuk mengisi dalam suatu organisasi. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam proses seleksi, antara lain:

Langkah 1: perusahaan membuka lowongan pekerjaan dan menerima berkas lamaran dari calon pelamar.

Langkah 2 : perusahaan mengumumkan pelamar yang diterima untuk seleksi tes selanjutnya hingga seleksi final.

Langkah 3 : wawancara akhir.

Langkah 4 : keputusan akhir.

1.5.6 Alat Analisis Aspek Keuangan

Ketika semua aspek telah selesai dianalisa dan dianggap layak maka perlu kembali dilihat terkait aspek keuangannya. Untuk aspek keuangan perlu diteliti berdasarkan kegiatan yang mencakup dengan perkiraan berapa biaya investasi dan modal kerja yang dikeluarkan oleh PT Mazaya Cleaning Solutions. Biaya investasi adalah biaya yang digunakan dalam membangun usaha yang akan dijalankannya, diantaranya biaya pengadaan tanah, Gedung (bangunan), peralatan, mesin0mesin termasuk biaya pemasangannya, biaya studi kelayakan bisnisdan biaya lainnya yang digunakan dalam membangun usaha tersebut.

Beberapa kriteria atau metode yang bisa digunakan untuk menilai investasi dalam penelitian ini

1. **Metode *Payback Periode (PP)***, merupakan Teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari

perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

$$\text{Payback Period: } \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Proceeds}}$$

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika $PP < \text{umur investasi}$, maka investasi dapat diterima
2. Jika $PP > \text{umur investasi}$, maka investasi ditolak

2. Metode Net Present Value (NPV), Net Present Value yaitu selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) dimasa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan. Rumus yang bisa digunakan dalam menghitung NPV:

$$\sum_{t=1}^n = \frac{CF_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Dimana:

- CF_t = Aliran kas pertahun pada periode t
- I_0 = investasi awal tahun pada tahun 0
- K = suku bunga (Discount Rate)

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika nilai NPV positif, maka dikatakan layak untuk dijalankan atau dikembangkan
2. Jika nilai NPV negatif, maka dikatakan tidak layak untuk dijalankan atau dikembangkan

3. Metode Profitability Index (PI), Pemakaian metode *Profitability Index* (PI) ini caranya adalah dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan. Jadi, *Profitability Index* dapat dihitung dengan membandungkan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar.

Dengan rumus PI:

$$PI = \frac{\text{Total PV}}{\text{Total Investasi}}$$

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika $PI > 1$, maka investasi dapat diterima
2. Jika $PI < 1$, maka investasi ditolak

4. **Metode *Internal Rate of Return***, Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. Rumus yang dipakai seperti dibawah ini. Rumus:

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

Keterangan:

IRR = *Internal Rate of Return*
P1 = **Tingkat Bunga 1**
P2 = **Tingkat Bunga 2**
C1 = **NPV 1**
C2 = **NPV 2**

Dengan kriteria penilaian:

1. Usaha dinilai layak jika IRR lebih besar dari persentase biaya modal atau sesuai dengan persentase keuntungan yang ditetapkan investor.
2. Usaha dinilai tidak layak jika IRR lebih kecil dari biaya modal atau lebih rendah dari tingkat keuntungan yang diinginkan investor.