

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di UD. Sumber Tani Bogor. Adapun jadwal pelaksanaan penelitian dapat dilihat padatablel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	Feb-24				Mar-24				Apr-24				Mei-24				Jun-24				Jul-24				Agu-24			
		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	2	3	4
1.	Pengajuan Judul	■																											
2.	Persetujuan Judul Penelitian		■																										
3.	Pengajuan Izin Penelitian		■																										
4.	Penyusunan Proposal Bab I, II, III			■	■	■	■	■	■																				
5.	Seminar Proposal								■																				
6.	Perbaikan Hasil Seminar Proposal									■	■	■	■																
7.	Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5													■	■	■	■	■	■	■	■								
8.	Penyerahan <i>Work in Progress</i> (WP-2)																												
9.	Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif																												
10.	Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif (Susulan)																												
11.	Perbaikan Skripsi																												
12.	Persetujuan dan Pengesahan Skripsi																												

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan eksploratif. Pendekatan eksploratif bertujuan untuk menjelajahi dan memahami fenomena atau masalah yang belum jelas atau dipahami sepenuhnya. Dalam hal ini, penelitian eksploratif dapat membantu peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek yang relevan dengan pengembangan bisnis, termasuk tantangan, peluang, dan dampak potensial.

3.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, adapun pengertian dari data primer dan sekunder adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya untuk tujuan lain, tetapi kemudian digunakan kembali oleh peneliti untuk penelitian mereka sendiri, seperti laporan keuangan tahunan UD. Sumber Tani, studi pasar yang sudah ada tentang tren industri pertanian, atau data demografis dari sumber pemerintah.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu diantaranya:

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang sangat berguna untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang perspektif, pengalaman, dan pandangan individu terkait dengan bisnis UD. Sumber Tani.

2. Observasi

Observasi langsung di lapangan merupakan metode yang kuat untuk memahami praktik bisnis, proses operasional, dan interaksi di dalam UD. Sumber Tani Bogor.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan melibatkan penelusuran dan analisis literatur, artikel, laporan, dan sumber informasi lainnya yang relevan dengan bisnis pertanian, pengembangan bisnis, dan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi UD. Sumber Tani.

3.5. Alat Analisis

1. Aspek Pemasaran

- a. STP (*Segmentation, Targetting & Positioning*)

- b. *Marketing Mix 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process & Phisical Evidence)*

2. Aspek Sumber Daya Manusia
 - a. Struktur Organisasi Usaha
 - b. *Job Description*
 - c. Kompensasi
3. Aspek Operasional
 - a. Analisis Operasional
4. Aspek AMDAL
 - a. Dampak yang ditimbulkan
5. Aspek Hukum
 - a. Dokumen Perizinan
6. Aspek Keuangan
 - a. *Payback Period (PP)*
 - b. *Net Present Value (NPV)*
 - c. *Profitability Index (PI)*
 - d. *Internal Rate of Return (IRR)*

3.6. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah segala kegiatan usaha yang berkaitan dengan barang dan jasa mulai dari produksi sampai dengan konsumsi, termasuk kegiatan pengumpulan, penjualan, periklanan, pendistribusian berdasarkan nilai, pengangkutan, barang, informasi pemasaran, dan lain-lain seperti keuangan dan permodalan (Wahyuningsih., 2023). Dalam pemasaran berikut alat analisis yang masing-masing dilihat dari kondisi bisnis tersebut, yaitu:

1. Segmentasi Pasar (*Segmentation*) yang disesuaikan pada letak geografis, demografis, dan psikografis.
2. Sasaran Pasar (*Targetting*) yang disesuaikan dengan evaluasi segmen pasar dan memilih segmentasi pasar yang baik.
3. Posisi Pasar (*Positioning*) yang disesuaikan dengan ketepatan waktu, kualitas produk, dan ketersediaan paket layanan

Alat analisis selanjutnya adalah *Marketing Mix* dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Marketing Mix

Produk	Kualitas produk
Harga	Daftar harga
Tempat	Strategis Mudah dijangkau pelanggan
Promosi	Sampel produk
Orang	Pelayanan pelanggan
Proses	Suplier produk Pelayanan pelanggan
Bukti Fisik	Peralatan lengkap

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

3.7. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam menganalisis aspek sumber daya manusia di UD Sumber Tani Bogor, peneliti melakukan evaluasi terhadap beberapa elemen berikut:

1. Merancang struktur organisasi, yaitu menyusun organisasi yang menunjukkan posisi jabatan dan struktur tanggung jawab.
2. Deskripsi pekerjaan, yaitu penjelasan terperinci mengenai tugas-tugas yang harus dilakukan.
3. Merancang sistem kompensasi, yaitu menjabarkan struktur penggajian secara komprehensif untuk semua karyawan.

3.8. Aspek Operasional

Aspek operasional dianalisis untuk mendapatkan gambaran mengenai lokasi, peralatan dan perlengkapan yang membantu operasional usaha, serta pengadaan bahan di UD Sumber Tani Bogor.

3.9. Aspek AMDAL

AMDAL merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menganalisis apakah suatu proyek pelaksanaan dapat dilaksanakan dengan mencemari lingkungan atau tidak. Perusahaan pasti ada dampaknya, Tapi kalau ada dampak pasti ada alternatif solusinya (Wahyuningsih., 2023).

3.10. Aspek Hukum

Aspek hukum digunakan untuk memeriksa kelengkapan, kelengkapan dan keaslian dokumen kepemilikan, mulai dari unit usaha, izin hingga dokumen lain seperti tanda daftar perusahaan (TDP), izin kegiatan (SIUP) dan surat penegasan lainnya.

3.11. Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan merupakan salah satu fungsi bisnis yang bertujuan untuk membuat keputusan keputusan investasi, pendanaan dan dividen. Aspek keuangan ini terdiri dari:

1. *Payback Period (PP)*

$$\text{Payback period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian :

- a. Jika $PP < \text{umur investasi}$, maka investasi diterima
- b. Jika $PP > \text{umur investasi}$, maka investasi ditolak

2. *Net Present Value (NPV)*

Rumusan yang umum digunakan dalam perhitungan NPV adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

CF_t = aliran kas pertahun pada periode t

I_0 = investasi awal tahun pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

- a. Proyek dinilai layak jika NPV bernilai positif.
- b. Proyek dinilai tidak layak dari aspek keuangan jika NPV bernilai negatif.

3. *Profitability Index (PI)*

$$PI = \frac{PV \text{ Arus Kas}}{\text{Investasi}}$$

Kriteria penerimaan :

- a. Jika $PI > 1$ proyek diterima
- b. Jika $PI < 1$ proyek ditolak

4. *Internal Rate of Return (IRR)*

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

Dimana :

t = tahun ke

n = jumlah tahun

I_0 = nilai investasi awal

CF = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

Kriteria penilaian :

- a. Jika $IRR > \text{bunga pinjaman}$, maka investasi dapat diterima
- b. Jika $IRR < \text{bunga pinjaman}$, maka investasi ditolak