

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Pada umumnya dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan yang diamati dan membantu peneliti untuk menjelaskan karakteristik subjek yang diteliti, mengkaji berbagai aspek dalam fenomena tertentu, dan menawarkan ide masalah untuk pengujian atau penelitian selanjutnya.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di rumah produksi Toko Tons Parfum yang menjadi sampel penelitian. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan Maret 2022 sampai Agustus 2022.

Tabel 3.1 Waktu 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	Obsevasi																								
2	Pengajuan izin																								
3	Persiapan penelitian																								
4	Pengumpulan data																								
5	Pengolahan data																								
6	Analisis dan evaluasi																								
7	Penulisan laporan																								
8	Seminar hasil																								

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pelaku Usaha Parfum Toko Tons Perfume di *Marketplace* Lazada . Objek penelitian ini adalah kelayakan usaha Toko Tons Perfume di *Marketplace* Lazada ditinjau dari aspek nonfinansial yang meliputi aspek lingkungan, aspek manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, dan aspek finansial yang dihitung dengan *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *profitability index* (PI).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang sudah pernah mengunjungi Toko Tons Perfume di *Marketplace* Lazada.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak (Sugiyono, 2008:61). Penyebaran pernyataan dilakukan dengan penyebaran secara online

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen – dokumen perusahaan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiono (2011:37) dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), angket (kuesioner) dan interview (wawancara) sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan)

Penelitian ini penulis melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian.

2. Angket (kuesioner)

Penulis akan memberikan pertanyaan memberikan beberapa pertanyaan terkait penelitian yang akan diberikan kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan penyebaran secara online.

3. Interview (wawancara)

Wawancara dilakukan secara langsung berbentuk tanya jawab antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan mengumpulkan data-data berupa informasi.

3.6 Alat Analisis Data

Alat analisis data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah data yang telah diperoleh mengenai objek yang diteliti. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek - aspek nonfinansial yang meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek lingkungan, serta aspek manajemen sumber daya manusia. Sedangkan pengolahan data kuantitatif dilakukan untuk menganalisis aspek finansial dengan menghitung payback period (PP), net present value (NPV), profitability index (PI), dan internal rate of return (IRR).

3.6.1 Aspek Hukum

Dalam aspek hukum akan dianalisis kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis di wilayah tertentu. Kelengkapan dokumen terkait dengan aspek hukum sangat diperlukan sebagai dasar hukum apabila terjadi masalah di kemudian hari.

Izin usaha yang digunakan dan dilakukan dalam suatu usaha agar dapat menjalankan operasional bisnis secara aman dan nyaman. Tidak khawatir terhadap ancaman – ancaman lain yang kerap menimpa usaha yang tidak memiliki perizinan.

3.6.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar merupakan salah satu aspek bisnis yang penting dikaji kelayakannya terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk memulai atau mengembangkan suatu usaha. Dengan adanya analisis aspek pasar dan pemasaran akan diketahui bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi. Berikut ini

kriteria penilaian kelayakan usaha yang digunakan dalam aspek pasar dan pemasaran (Suliyanto, 2010) :

- a. Tersedianya pangsa pasar ditandai dengan banyaknya pengguna *marketplace* Lazada
- b. Produk memiliki keunggulan dan ciri khas, yaitu ketahanan aroma tahan lama yang membedakan dengan produk lain dan menjadi daya tarik bagi konsumen.
- c. Harga jual stabil dan meningkat.
- d. Promosi dilakukan secara efektif dan efisien untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar/ konsumen.
- e. Saluran distribusi sudah tepat, yaitu semua hasil produksi dijual kepada pengguna *marketplace* Lazada.

3.6.3 Aspek Teknis/ Operasi

Aspek teknis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilihan lokasi yang tepat merupakan bagian utama yang akan dianalisis pada aspek teknis diantaranya penetapan layout tata ruangan yang tepat agar dapat digunakan dengan baik, kemudian peralatan dan proses produksi usaha yang menunjang kelangsungan operasional.

a. Layout Lokasi Usaha

Pemilihan layout lokasi sangat penting mengingat apabila salah menentukan layout lokasi akan berakibat terpengaruhnya kandungan aroma yang akan dihasilkan dari produk. Misalnya jika lokasi produksi sangat dekat dengan kamar mandi maka aroma yang dihasilkan akan bercampur dengan aroma disekitarnya

b. Peralatan dan Teknologi Produksi

Perkembangan teknologi sangat memacu perkembangan industri dan pada gilirannya ia menjadi pemacu perkembangan bangsa dan masa depan. Kesenambungan pembangunan mengalami stagnasi ketika perhatian pada perkembangan teknologi diabaikan. Dengan demikian teknologi sangat

krusial dalam masalah kesinambungan. Tidak kalah pentingnya ialah kaitan dengan daya saing kompetitor (Sudaryono, 2015:201)

Toko Tons Perfume menggunakan teknologi yang sudah modern mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Seperti laptop, printer dan handphone yang mendukung fasilitas operasional usaha. Ada pun fasilitas pendukung yang digunakan pekerja yaitu kursi, meja untuk karyawan dll.

Bahan – bahan yang diperlukan untuk proses produksi adalah sebagai berikut:

1. Bibit Parfum
2. Pelarut Parfum
3. Metanol (pembersih)
4. Botol Parfum
5. Sticker Tons Perfume
6. Kardus
7. Bubble wrap
8. Dll

3.6.4 Aspek Lingkungan

Suatu bisnis mengalami penolakan untuk tetap beroperasi dan harus dihentikan karena menimbulkan dampak merugikan atau merusak lingkungan. Dampak merugikan diakibatkan oleh limbah yang dihasilkan dari kegiatan usaha tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis dampak usaha terhadap lingkungan hidup.

Suatu usaha dapat dikatakan layak dilihat dari aspek lingkungan hidup apabila usaha tersebut tidak menghasilkan limbah yang berdampak negatif terhadap lingkungan (Husnan dan Muhammad, 2010: 43). Berikut ini kriteria penilaian kelayakan usaha yang digunakan dalam aspek lingkungan hidup (Suliyanto, 2010)

Tidak menghasilkan limbah yang mengakibatkan perubahan warna, rasa dan bau air.

- a. Tidak menghasilkan limbah yang mengakibatkan polusi udara
- b. Tidak menghasilkan limbah yang mengakibatkan polusi suara
- c. Tidak menghasilkan limbah penyakit kepada masyarakat.

3.6.5 Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah salah satu aspek penting, sumber daya manusia turut menyumbang kontribusi dalam aktivitas perencanaan, pengarahan, dan pengorganisasian jalannya suatu perusahaan atau organisasi. Sumber daya manusia dapat menentukan faktor produksi, membangun serta mengembangkan perusahaan atau organisasi. Berikut peran yang dilakukan sumber daya manusia dalam perusahaan atau organisasi:

1. Mengorganisasikan Penggunaan Berbagai Faktor Produksi

Pengorganisasian merupakan cara manajemen merancang struktur formal untuk penggunaa paling efektif terhadap sumber daya keuangan, fisik, bahan baku, dan tenaga kerja organisasi.

2. Sumber Daya Manusia Sebagai Produsen

Produsen yang dimaksud adalah pihak atau pelaku yang melakukan produksi dalam menambah nilai guna suatu barang atau menciptakan barang baru, sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. Sumber Daya Manusia Sebagai Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Sumber daya manusia juga merupakan aspek memiliki fungsi sangat penting, berikut fungsi dari sumber daya manusia antara lain:

1. Sebagai Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan seluruh penduduk yang mempunyai usia siap kerja atau usia produktif. Tenaga kerja memiliki suatu kemampuan untuk memberikan jasa tiap satuan waktu yang berguna didalam

menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri serta orang lain

2. Sebagai Tenaga Ahli

Sumber daya manusia ini dapat berfungsi sesuai dengan bidang serta kemampuannya. Salahsatunya yaitu sebagai tenaga ahli bagi sebuah perusahaan organisasi bahkan bagi negara.

3. Sebagai Pemimpin

Sumber daya manusia yang mempunyai kapasitas lebih besar dengan skill dan pengalaman yang mempunyai bias/dapat berfungsi yakni sebagai pemimpin suatu golongan, perusahaan maupun organisasi.

4. Sebagai Tenaga Usahawan

Sumber daya manusia yang mampu menjadi tenaga usahawan ini adalah mereka yang dapat melaksanakan pekerjaan yang berhubungan dengan kemandirian dalam rangka menciptakan sebuah produk baru yang bermanfaat bagi orang banyak, lingkungan bahkan dunia.

5. Berfungsi dalam pengembangan ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK)

Sumber daya manusia juga berfungsi dalam penemuan serta pengembangan ilmu sehingga mampu digunakan untuk kemajuan dirinya sendiri, lingkungan, serta oranglain bahkan bagi perusahaan atau organisasi

3.6.6 Aspek Keuangan/ Finansial

Aspek finansial dianalisis untuk mengetahui jumlah modal yang diperlukan, sumber modal, dan kelayakan usaha keuntungan yang dihasilkan. Aspek finansial dianalisis menggunakan 4 metode sebagai berikut:

a. Payback Period (PP)

PP merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu atau periode pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Ada dua model perhitungan yang digunakan dalam menghitung PP, yaitu:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Aliran Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

1) Kas bersih setiap tahun sama

2) Kas bersih setiap tahun berbeda Jika kas bersih per tahun tidak sama, maka untuk memperoleh PP dilakukan dengan mengurangi kas bersih per tahun untuk setiap tahun terhadap jumlah investasi. Jika sisa perhitungan tidak dapat dikurangi dengan kas bersih tahun tersebut maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = n + \frac{a - b}{c - b} \times 1 \text{ tahun}$$

Untuk menilai apakah usaha layak atau tidak berdasarkan PP, maka hasilnya harus sebagai berikut (Kasmir dan Jakfar, 2012: 102):

- 1) n = syarat pengembalian modalnya
- 2) a = jumlah investasi semua
- 3) b = total kumulatif dari arus kas pada periode ke (n)
- 4) c = total kumulatif pada satu periode ke ($n+1$)

b. Net Present Value (NPV)

NPV yaitu selisih antara PV kas bersih dengan PV investasi selama umur investasi. Rumus menghitung NPV sebagai berikut:

$$NPV = \frac{C_1}{(1+r)} - \frac{C_2}{(1+r)^2} - \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

Di mana:

C_t = aliran kas bersih tahun t

C_0 = investasi awal pada tahun 0

r = suku bunga (discount rate)

Kriteria penilaiannya yaitu (Suliyanto, 2010: 204):

Jika NPV positif, maka investasi diterima.

Jika NPV negatif, maka investasi ditolak

c. Internal Rate of Return (IRR)

IRR digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara present value dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari investasi proyek. Rumusnya sebagai berikut:

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

Di mana:

i_1 = Tingkat Bunga 1

i_2 = Tingkat Bunga 2

NPV_1 = *Net Present Value* 1

NPV_2 = *Net Present Value* 2

d. Profitability Index (PI) PI merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus untuk menghitung PI sebagai berikut:

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

Kriteria penilaiannya adalah (Suliyanto, 2010: 207):

Jika $PI \geq 1$, maka usaha dikatakan menguntungkan.

Jika $PI < 1$, maka usaha tidak menguntungkan