

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu

Analisis Penelitian ini dilaksanakan di salah satu pemilik usaha jasa transportasi angkot pada rute Sukawening – Garut Kota pada bulan Maret 2022 sampai dengan April 2022, dengan cara observasi langsung ketempat usaha jasa transportasi tersebut, dengan mewawancarai pemilik untuk mendapatkan data dan juga melihat produktifitas di usaha tersebut. Berikut adalah jadwal yang sesuai dengan proses penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini yang di lakukan di tempat salah satu pemilik usaha angkot.

Tabel 3. 1. Jadwal Rencana Penelitian

No	Kegiatan	Mar-22				Apr-22				Mei-22				Jun-22				Jul-22				Agst-22			
		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 penelitian		■																						
3	Persiapan instrumen			■	■																				
4	Penulisan proposal					■	■																		
5	Presentasi proposal							■																	
6	Pengumpulan data								■	■															
7	Pengolahan data										■	■	■												
8	Analisis dan evaluasi													■	■	■	■								
9	Penulisan laporan															■	■	■	■	■	■				
10	Seminar hasil penelitian																						■	■	■

Sumber: Peneliti

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian pada suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan objek yang diteliti.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data diambil dari hasil observasi dan informasi dari hasil wawancara pemilik usaha angkot. Adapun jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan kualitatif. Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab penelitiannya secara khusus, sedangkan data kualitatif bersifat tidak terstruktur sehingga variasi data dari sumbernya sangat beragam. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber, dan cara. Bila dilihat dari pengaturannya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, dirumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung diberikan data pada pengumpulan data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung diberikan data pada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya. (Sugiyono dalam Setiawan, 2021).

3.3.1. Kepustakaan

Sumber yang dijadikan objek penelitian dalam riset kepustakaan ini adalah buku-buku serta bahan-bahan tertulis yang membahas masalah tentang teori ataupun segala informasi yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

3.3.2. Penelitian Lapangan

Peneliti mengumpulkan data melalui observasi lapangan ini nantinya akan meliputi pencarian data serta informasi secara langsung dari sumber yang dijadikan sebagai objek penelitian baik dari pembelian armada hingga di saat kendaraan beroperasi.

3.4. Alat Analisis

Pada penelitian ini, penulis meneliti dengan menggunakan alat analisis yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, serta aspek finansial.

3.4.1. Aspek Hukum

Sebuah usaha didirikan tidak lepas dari legalitas yang mengikatnya, sebelum usaha tersebut dijalankan pengusaha diharuskan untuk memenuhi izin-izin yang secara hukum sudah di tentukan oleh pemerintah atau pihak terkait. Penting bagi pengusaha mengetahui lebih dalam tentang peraturan-peraturan yang diterapkan agar tidak menjadi masalah di kemudian hari. Serta memastikan usaha yang dijalankan berada dalam koridor yang ditetapkan pemerintah untuk menghindari sanksi yang akan menghambat dan mempersulit usaha. Aspek hukum ini meliputi:

- a. Dasar hukum yang mengikat usaha atau payung hukum
- b. Dokumen perizinan usaha atau persyaratan administratif yang diwajibkan sebagai legalitas yang sah.

3.4.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis pemasaran pada dasarnya adalah rencana bisnis yang menyajikan informasi mengenai pasar tempat bisnis beroperasi. Analisis ini dilakukan agar dapat merumuskan strategi bisnis yang tepat dan memutuskan tingkat kelayakan bisnis itu sendiri. Pemasaran menjadi aspek penting dalam bisnis guna mendapatkan keuntungan secara maksimal.

1. Dasar aspek pasar
 - a. Permintaan
 - b. Penawaran
 - c. Peramalan permintaan
 - d. Peluang Pasar

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam analisis pemasaran untuk membantu memahami pasar tempat bisnis beroperasi, yaitu:

1. Ukuran pasar

Ukuran pasar merupakan faktor penentu pemasaran. Jika pasar memiliki skala besar, maka semakin banyak pula persaingan usaha yang terjadi. Sebaliknya jika pasar kecil dan di batasi, maka semakin kecil persaingan usaha tersebut. Hal ini berpengaruh

kepada penawaran produk atau jasa yang imbasnya akan berpengaruh pula pada harga. Semakin banyak penawaran akan berdampak pada penurunan harga.

2. Tingkat pertumbuhan pasar

Tingkat pertumbuhan pasar suatu tempat yang terus meningkat dari waktu ke waktu akan memberikan peluang usaha yang menjanjikan dimasa yang akan datang. Jika pertumbuhan pasar rendah, maka usaha hanya dapat bertahan dalam waktu singkat dan cenderung mengalami kerugian.

3. Trend pasar

Menganalisa trend pasar akan membantu pengusaha untuk memutuskan produk yang akan di jual. Banyak faktor dari trend pasar yang berubah secara cepat yang mengakibatkan performa usaha lama menjadi turun bahkan gulung tikar. Oleh karena itu, perlu ketelitian memilih dan memutuskan usaha yang trendnya diminati sekaligus sangat dibutuhkan, sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya menguntungkan ketika trendnya bagus lalu turun ketika trendnya berubah.

4. Profitabilitas pasar

Motif sebagian besar perusahaan untuk masuk ke bisnis ini adalah untuk mendapatkan keuntungan. Jika pasar memiliki profitabilitas yang baik maka usaha itu layak dijalankan.

5. Faktor kunci keberhasilan

Faktor kunci keberhasilan adalah unsur-unsur yang membantu bisnis untuk mencapai sukses besar di pasar. faktor kunci keberhasilan meliputi;

- Kemajuan teknologi
- Skala ekonomi
- Pemanfaatan sumber daya yang efisien

2. Bauran Pemasaran

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Place* (Tempat)
- d. *Promotion* (Promosi)
- e. *People* (Orang)
- f. *Process* (Proses)

g. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

3. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang perlu diketahui untuk mengoptimalkan pemasaran usaha yang dijalankan agar tepat sasaran dan sesuai target yang ditentukan, yaitu:

- a. *Segmenting*
- b. *Targeting*
- c. *Positioning*

3.4.3. Aspek Teknis

Berikut ini beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan sebuah usaha dari sisi aspek teknis yaitu sebagai berikut:

- a. Pemilihan strategi produksi atau jasa
- b. Pemilihan dan perencanaan produk jasa yang akan dipasarkan
- c. Rencana kualitas
- d. Pemilihan teknologi
- e. Rencana kapasitas operasional
- f. Jenis teknologi
- g. Pengawasan kualitas produk
- h. Peralatan dan mesin
- i. Lokasi usaha
- j. Layout
- k. Perkembangan teknologi

3.4.4. Aspek Sumber Daya Manusia

Sugiyanto dkk (2020:122) peramalan kebutuhan SDM yang dimaksud, yakni :

- a. Menentukan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan.
- b. Menentukan deskripsi pekerjaan.
- c. Menentukan kualifikasi tenaga kerja.
- d. Menentukan kebijakan dalam proses rekrutmen tenaga kerja.
- e. Menentukan kebijakan dalam proses seleksi tenaga kerja.
- f. Menentukan rencana pengembangan SDM.
- g. Menentukan jenis kompensasi.
- h. Menentukan kebijakan reward dan punishment.

- i. Menentukan mekanisme PHK.
- j. Keselamatan dan kesehatan kerja (K3).

3.4.5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Aspek-aspek penilaian manfaat bisnis yang direncanakan dapat ditinjau dari berbagai sisi, seperti

- a. Sisi rencana pembangunan nasional
- b. Sisi distribusi nilai tambah
- c. Sisi nilai investasi per tenaga kerja
- d. Hambatan di bidang ekonomi
- e. Dukungan pemerintah

Pendekatan dilakukan dengan meninjau aspek ekonomi, salah satu kelayakan usaha dapat dilihat dari kemampuan investasi tersebut dalam meningkatkan pendapatan nasional atau daerah. Kelayakan lainnya adalah naiknya income perkapita masyarakat melalui dengan peningkatan pendapatan seiring tumbuhnya sektor ekonomi.

3.4.6. Aspek Lingkungan

Analisis mengenai dampak lingkungan yaitu :

- a. Mengamati dampak yang ditimbulkan jika suatu investasi jadi dilakukan, baik dampak negatif maupun positif;
- b. Dampak yang timbul ada yang mempengaruhi pada kegiatan usaha langsung dilakukan sekarang atau baru kelihatan dimasa yang akan datang
- c. Studi dilakukan untuk mengetahui dampak yang akan timbul dan dicari jalan keluarnya untuk mengatasinya

3.4.7. Aspek Finansial

1. Analisis Biaya Operasional Angkutan Umum

Biaya operasional didefinisikan sebagai biaya dari semua faktor-faktor yang terkait dengan pengoperasian satu kendaraan pada kondisi normal untuk suatu tujuan tertentu. Dalam menentukan biaya operasional kendaraan dapat dihitung dengan menghitung biaya tetap, biaya variabel dan biaya kepemilikan aset. Biaya operasional kendaraan merupakan salah satu indikator penentuan tarif yang dapat digunakan sebagai dasar penentuan tarif minimal. Berdasarkan pertimbangan ekonomi, diperlukan penyesuaian besarnya tarif dengan tujuan agar pengusaha mendapatkan keuntungan

yang wajar dan dapat menjamin kelangsungan serta perkembangan usaha jasa angkutan umum yang dikelolanya.

2. Analisis Kelayakan Angkutan Umum

a. Metode *Return On Investment*

Metode Return on Investment adalah metode yang mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi dengan cara membandingkan keuntungan setelah pajak terhadap rata-rata investasinya. Hasil yang diperoleh dinyatakan dalam suatu persentase.

$$ROI = \frac{\text{Laba}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Keterangan:

Laba = Keuntungan bersih yang dihasilkan dari penjualan

Investasi = Total modal

Kriteria penilaian:

Jika ROI bernilai positif, maka investasi akan memberikan keuntungan (diterima)

Jika ROI bernilai negatif, maka investasi tidak memberikan keuntungan (ditolak)

b. *Break Even Point*

Break Even Point adalah titik impas ketika usaha dalam kondisi tidak untung dan tidak rugi artinya biaya operasional (modal) perusahaan dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Dalam hal ini, peneliti akan menggunakan perhitungan yang disesuaikan dengan kondisi usaha yang dijalankan yaitu bisnis jasa angkutan umum yang dimana produknya tidak berwujud, sehingga didapatlah rumus dibawah ini :

$$BEP = \frac{TFC}{(P-AVC)}$$

Keterangan:

TFC = Total Fixed Cost (Jumlah biaya tetap)

P = Price (Harga)

AVC = Average Variable Cost (rata-rata biaya variabel)

c. *Internal Rate of Return (IRR)*

Besarnya tingkat pengambilan modal sendiri yang digunakan dalam menjalankan usaha yang dianalisis. Dalam menganalisis Internal Rate of Return (IRR) yakni dengan mengukur kemanfaatan modal sendiri untuk menghasilkan laba.

Idealnya internal rate return (IRR) lebih besar daripada bunga Bank, sehingga dikatakan usaha tersebut layak untuk diberi kredit Bank. Namun jika internal rate of return (IRR) lebih kecil dari bunga Bank berarti usahanya tidak layak untuk diberi kredit Bank. Cara menghitung IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = I_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (I_2 - I_1)$$

I_1 = Tingkat bunga yang menghasilkan NPV positif (+)

I_2 = Tingkat bunga yang menghasilkan NPV negatif (-)

NPV_1 = Net Present Value bernilai positif (+)

NPV_2 = Net Present Value bernilai negatif (-)

Kriteria penilaian:

Jika $IRR > I_1$ (tingkat suku bunga ke 1) , layak.

Jika $IRR < I_1$ (tingkat suku bunga ke 1) , tidak layak.

d. *Payback Period*

Metode *Payback Periode* (PP) merupakan metode penghitungan investasi dalam jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan kas (cash in flows) secara komulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value.

Rumus :

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian:

Jika $PP >$ umur ekonomis, bisnis atau investasi ditolak

Jika $PP <$ umur ekonomis, bisnis atau investasi diterima

3.5. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini melalui beberapa tahap yakni pengumpulan data, pengolahan dan penghitungan data yang digambarkan secara deskriptif dilihat dari aspek hukum, pemasaran dan keuangan dengan menggunakan teori, alat dan rumus yang sudah ditentukan. Maka dapat dipastikan bahwa penjabaran dan atau nilai hasil dari masing-masing aspek ini sudah dihitung secara benar dan realistis. Nilai yang didapat dari analisis tersebut merupakan hasil akhir yang dapat

dijadikan kesimpulan oleh penulis untuk menentukan kelayakan bisnis yang sedang diteliti, sehingga tujuan dari disusunnya penelitian ini dapat tercapai dengan baik.