

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah jenis penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif merupakan studi penjajakan, terutama sekali dalam pemantapan konsep yang akan digunakan dalam ruang lingkup penelitian yang lebih luas dengan jangkauan konseptual yang lebih besar. Berbeda dengan penelitian historis, yang mencoba mencari informasi atau kejadian masa lampau. Maka penelitian eksploratif ingin mencari, menemukan sesuatu atau pemantapan suatu konsep (Yusuf, 2017:60).

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani *Green House* Tanaman Hias Bojong Kerta yang beralamat di Jl.Bojong Pesantren Rt 03/03 Kel.Bojong Kerta Kec. Bogor Selatan Kota Bogor.

Tabel 3.1 Jadwal pelaksanaan 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	Observasi Awal																								
2	Pengajuan Izin																								
3	Persiapan Penelitian																								
4	Pengumpulan Data																								
5	Pengolahan Data																								
6	Analisis Dan Evaluasi																								
7	Penulisan Lapora																								
8	Seminar Hasil																								

3.2.1 Data Yang Diperlukan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Sujarweni (2014:73) data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara secara langsung peneliti dengan narasumber. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut pendapat lain menyebutkan bahwa data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda, dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer (Arikunto, 2013:21).

Tabel 3.2 Data yang Diperlukan untuk Alat Penelitian

ASPEK		DATA YANG DIPERLUKAN
NON FINANSIAL	Hukum	• Surat Izin Usaha • Surat keputusan (SK) dari Kelurahan Bojong Kerta • Perjanjian Kontrak Kerjasama (MOU) • Surat pinjaman (kredit usaha rakyat (KUR))
	Pasar dan Pemasaran	• Daftar Produk • Daftar Harga • Permintaan

		• Penawaran
	Teknis atau Produksi	• Data Produksi • Proses Produksi • Tata Letak • Data Lokasi
	Manajemen	• Struktur organisasi • Tugas dan tanggung jawab pengurus di organisasi • Penilaian Kerja
	Lingkungan Hidup	• Letak geografis • Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)
FINANSIAL	• <i>Payback Period (PP)</i> • <i>Net Present Value (NPV)</i> • <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> • <i>Profitability Index (PI)</i>	• Laporan Keuangan Satu Tahun Terakhir • Laporan Investasi • Pendapatan kotor pertahun

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara dan observasi ketempat usaha secara langsung untuk mendapatkan data primerq dan menggunakan metode studi literatur untuk mendapatkan data-data sekunder yang telah dipublikasikan dalam bentuk tulisan baik itu artikel maupun jurnal.

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan melakukan tanya jawab bisa dengan tatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media komunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawacara (Sujarweni, 2020 : 31)

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Sujarweni, 2019:94)

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber lain yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur diperlukan untuk mencari sumber data sekunder yang akan mendukung penelitian. Selain itu, studi literatur juga diperlukan untuk mengetahui sampai kemana ilmu yang berhubungan dengan penelitian telah berkembang, sampai kemana kesimpulan dan degeneralisasi yang pernah dibuat, sehingga situasi yang diperlukan dapat diperoleh (Nazir, 2017:79).

3.4 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan menilai aspek nonfinansial yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis atau produksi, aspek manajemen, aspek lingkungan hidup, dan aspek finansial yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI).

Tabel 3.3 Alat analisis

Aspek	Analisis	Alat Analisis
-------	----------	---------------

Hukum	• Izin usaha dari pemerintah • Perjanjian kontrak kerjasama	
Pasar dan Pemasaran	• Potensi Pasar • Peramalan Permintaan • <i>Marketing MIX</i>	• Data permintaan dan penawaran • <i>Time series</i>
Teknik atau Produksi	• Penentuan lokasi • Luas produksi • Tata letak (<i>layout</i>) • Proses produksi	
Manajemen	• <i>Plainning</i> • <i>Organizing</i> • <i>Actuacting</i> • <i>Controlling</i>	• <i>Job analysis</i> • <i>Job description</i>
Lingkungan Hidup	• Analisis potensi alam • Analisis dampak lingkungan Hidup (AMDAL)	
Finansial	Analisis Investasi	• <i>Payback period (PP)</i> • <i>Net Prsent Value (NPV)</i> • <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> • <i>Profitability Index (PI)</i>

1.4.1 Aspek Hukum

Untuk menilai layak atau tidak nya usaha yang dijalankan oleh kelompok tani Tanaman Hias *Green House* Kelurahan Bojong Kerta apakah usaha tersebut telah mematuhi ketentuan yang berlaku atau diterapkan oleh pemerintah atau pemerintah daerah dimana kegiatan usaha tersebut dilaksanakan seperti:

- Tanda daftar perusahaan (TDP)
- Nomer pokok wajib pajak (NPWP)
- Izin-izin usaha

3.4.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk menentukan layak atau tidak layak nya suatu bisnis maka perlu adanya suatu penilaian terhadap bisnis tersebut, aspek pasar dan pemasaran salah diantaranya.

a. Pasar

suatu bisnis bisa dikatakan layak untuk dijalankan tentu harus adanya suatu pasar yang dapat menyerap atau menampung suatu produk. Dilihat dari bentuknya maka bentuk pasar terdiri dari pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik. Untuk mengetahui adanya suatu pasar maka perlu dilakukan suatu analisis terhadap pasar seperti:

- Analisis potensi pasar

Analisis potensi pasar bisa dilihat berdasarkan data permintaan dan penawaran terhadap suatu produk. Data tersebut bisa diperoleh dari hasil koesioner, wawancara, atau hasil observasi maupun diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan dan dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, website dan lain sebagainya.

- Peramalan permintaan

Untuk menganalisis peramalan permintaan, penelitian ini menggunakan metode *analisis time series*/ analisis deret waktu yaitu analisis yang memakai data kuantitatif masa lalu dimana data dirinci menjadi komponen-komponen *trend*, siklus, musim dan residu yang prosesnya dapat menggunakan prosedur statistika

(Umar, 2015:47). Dengan menggunakan metode kuadrat terkecil dengan rumus sebagai berikut:

$$Y_t = a + bt$$

Harga-harga a dan b ditentukan dengan rumus

$$a = \frac{Y}{n} \text{ dan } b = \frac{tY}{t^2}$$

dimana:

Y = nilai-nilai data hasil ramalan

N = jumlah data deret waktu

t = waktu tertentu yang telah ditransformasikan dalam bentuk kode.

b. Pemasaran

marketing mix atau yang lebih dikenal dengan 4P merupakan analisis yang akan digunakan dalam pemasaran untuk mengetahui bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. *Marketing mix* tersebut yaitu:

- *Produc* / produk

Terdapat beberapa bagian yang penting untuk dilakukan analisis terkait produk yaitu:

1. Jenis produk
2. Kualiatas produk
3. Manfaat produk

- *Price* / harga

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis harga yang dapat diuraikan secara sederhana seperti berikut :

1. Penetapan harga
2. Spesifikasi harga berdasarkan jenis dan kualitas produk

- *Place* / tempat atau distribusi

Selain produk dan juga harga, saluran distribusipun menjadi hal penting untuk diperhatikan dan dilakukan analisis karena saluran distribusi merupakan penghubung antara produsen dan konsumen. Terdapat beberapa hal yang penting dilakukan analisis pada saluran distribusi yaitu:

1. Dekat dengan kawasan industri
 2. Dekat dengan lokasi perkantoran
 3. Dekat dengan lokasi pasar
 4. Dekat dengan pusat pemerintahan
 5. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
 6. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi
 7. Tersedianya sarana dan prasarana yang layak seperti jalan atau listrik
- *Promotion* / promosi
- Selanjutnya yaitu tahap mempromosikan. Tujuan dari tahap promosi adalah untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen dengan harapan melakukan transaksi pembelian.

Menurut Umar (2015:73) terdapat 4 komponen yang perlu diperhatikan dalam mempromosikan produk atau lebih dikenal dengan strategi bauran promosi (*promoton mix*) yaitu:

1. Periklanan
2. Promosi penjualan
3. Hubungan masyarakat
4. Penjualan perorangan

3.4.3 Aspek Teknis atau Produksi

Aspek teknis atau produksi yang baik dapat menghasilkan produk yang baik pula sehingga dapat menjadi faktor penentu bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:150) hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis atau produksi adalah :

1. Penentuan lokasi

Penentuan lokasi merupakan penentuan posisi keberadaan suatu aktifitas produksi tempat yang sesuai dengan ruang lingkup bentuk suatu bisnis. Pemilihan lokasi mampu memberikan pengaruh pada profit dan kontinueitas produksi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Luas produksi

Penentuan luas produksi adalah berkaitan dengan jumlah yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas teknis dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang efisien.

3. Tata letak

Penentuan bentuk dan penentuan fasilitas dapat menentukan efisiensi produksi atau operasi. *layout dirancang* berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi.

Selain melihat teknis dan produksi, inisiatif pengembangan produk perlu dilakukan untuk memperpanjang kesinambungan sebuah produk. Pengembangan produk dilakukan untuk meningkatkan nilai suatu produk.

3.4.4 Aspek Manajemen

Manajemen dalam pembangunan proyek bisnis maupun manajemen dalam implementasi rutin bisnis adalah sama saja dengan manajemen yang lainnya. Ia berfungsi untuk aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian (Umar, 2020:115).

Manajemen merupakan bagian terpenting dalam suatu bisnis, walaupun suatu bisnis dinyatakan layak untuk dijalankan dilihat dari berbagai aspek yang lainnya namun tanpa adanya manajemen dan organisasi yang baik dalam suatu bisnis maka bisnis tersebut berpotensi mengalami kegagalan.

Menurut Novitasari (2020:5) manajemen dibutuhkan oleh semua jenis kegiatan yang diorganisasikan, manajemen juga dibutuhkan dimana saja orang-orang bekerja bersama untuk mencapai suatu tujuan. Dalam hal ini tujuan studi kelayakan aspek manajemen adalah mengetahui apakah kegiatan bisnis dapat direncanakan, dilaksanakan, diorganisasikan dan dikendalikan sehingga rencana bisnis tersebut dapat dinyatakan layak ataupun tidak layak.

4 Fungsi manajemen yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

- Menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- Menentukan apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa melakukannya.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

- Merinci seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan organisasi agar sesuai dengan tujuan perusahaan
- Mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit tertentu.
- Menetapkan tugas, wewenang dan tanggung jawab berdasarkan devisi yang telah ditetapkan.

3. Pelaksanaan (*Actuacting*)

Pelaksanaan ialah proses menjalankan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi yang telah ditetapkan.

4. Pengawasan (*controlling*)

Setelah perencanaan dan pengorganisasian dibuat dan pelaksanaan kegiatan telah berjalan, maka perlu adanya pengawasan untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana, namun apabila terjadi penyimpangan maka harus segera dihentikan.

Job analysis merupakan cara sistematis mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang isi pekerjaan dan kebutuhan tenaga manusia Muhdar (2020:66)

Job Description adalah analisa jabatan yang merupakan suatu aktivitas dalam menentukan apa pekerjaan yang harus dilakukan dan siapa yang harus melakukan tugas tersebut Karnovi dan habibi (2020:36)

3.4.5 Aspek Lingkungan Hidup

Suatu bisnis tertentu (pertanian) dapat dikategorikan layak untuk dijalankan apabila terdapat potensi alam yang mendukung terhadap bisnis tersebut. Selain itu, dalam pengeoprasiaannya tidak menimbulkan kerusakan atau pencemaran terhadap lingkungan.

Apabila terdapat pencemaran terhadap lingkungan maka perusahaan haruslah mencari alternatif lain untuk dapat menanggulangi kerusakan atau pencemaran tersebut. Usaha budidaya tanaman hias ini sangat berdampak positif terhadap lingkungan hidup yang ada khususnya yang berada dilokasi usaha.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:217) sasaran utama dari Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL) adalah untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup, atau dengan kata lain untuk menjaga lingkungan hidup dari segala bentuk perusakan, pencemaran, atau kegiatan yang merugikan kelestarian lingkungan hidup pada akhirnya akan merugikan manusia itu sendiri.

3.4.6 Aspek Finansial

1. *Payback period (PP)*

Payback period menunjukkan berapa lama suatu investasi dapat tertutup kembali dari aliran kas bersihnya (Sartono, 2016:193).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:101) terdapat model perhitungan yang bisa digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi yaitu:

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

Kriteria penilaian apakah usaha layak atau tidak dari segi PP dapat dilihat berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

- PP sekarang lebih kecil dari umur investasi.
- Dengan membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis.
- Sesuai dengan target perusahaan.

2. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value adalah selisih antara value aliran kas bersih atau sering disebut juga dengan *proceed* dengan present value investasi (Sartono, 2016:195)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:103) untuk menghitung NPV, haruslah mengetahui berapa PV bersihnya terlebih dahulu. PV kas bersih dapat dicari dengan jalan

membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu. Terdapat rumus yang biasa digunakan dalam menghitung NPV sebagai berikut :

$$NPV = \frac{\text{Kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi}$$

Kriteria penilaian:

- Jika $NPV > 0$, maka usulan proyek diterima
- Jika $NPV < 0$, maka usulan proyek ditolak
- Jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walaupun usulan proyek diterima atau ditolak

3. *Internal Rate of Return (IRR)*

Menurut Sartono (2016:198) *Internal Rate of Return* adalah tingkat diskonto atau discount rate yang menyamakan present value aliran kas bersih dengan present value investasi. Sedangkan menurut Kasmir dan jakfar (2017:105) *Internal Rate of Return* merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Terdapat dua cara yang digunakan untuk mencari IRR yaitu:

a. Mencari IRR dengan menggunakan rumus sebagai berikut

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

Dimana:

i_1 = tingkat bunga 1 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV1)

i_2 = tingkat bunga 2 (tingkat discount rate yang menghasilkan NVP2)

NPV_1 = net present value 1

NPV_2 = net present value 2

b. Mencari IRR dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

$P1$ = tingkat bunga 1

$P2$ = tingkat bunga 2

$$C1 = NPV 1$$

$$C2 = NPV 2$$

Kriteria penilaian:

- Jika IRR yang didapat ternyata lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan maka investasi dapat diterima.

4. ***Profitability Index (PI)***

Profitability Index merupakan pembagian atau rasio antara present value aliran kas bersih dengan present value investasi (Sartono, : 203).

Sedangkan menurut Kasmir dan Jakfar (2017:108) *profitability index* (PI) atau benefit and cost ratio (B/C Ratio) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investas selama umur investasi.

Untuk mencari PI dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Kriteria penilaian :

- Jika $PI > 1$, maka usulan proyek diterima
- Jika $PI < 1$, maka usulan proyek idak menguntungkan.

Kriteria ini erat hubungannya dengan kriteria NPV, dimana jika NPV suatu proyek dikatakan layak ($NPV > 0$) maka menurut kriteria PI juga layak ($PI > 1$) karena keduanya menggunakan variabel yang sama.