

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Priono (2016:36-37) eksploratif dilakukan untuk menggali suatu gejala yang relatif masih baru. Dapat dikatakan bahwa ada suatu fenomena atau gejala yang selama ini belum pernah diketahui atau dirasakan. Dalam ilmu sosial studi kelayakan merupakan jenis penelitian yang berupaya mengeksplorasi tentang suatu fenomena yang baru. Mengingat bahwa topik yang akan diteliti merupakan topik yang baru, penelitian ini biasanya memiliki sifat kreatif, fleksibel, serta terbuka bagi berbagai informasi yang ada. Biasanya penelitian ini menghasilkan teori-teori yang baru, pengembangan dari teori yang sudah ada.

Tujuan dari penelitian eksploratif itu adalah:

- a. Mengembangkan gagasan dasar mengenai topik yang baru
- b. Memberikan dasar bagi penelitian lanjutan

1.2 Data yang Diperlukan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok. Data primer merupakan data yang sesuai dengan masa sekarang yang merupakan hasil dari wawancara atau melalui hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan hasil dari data primer yang telah diolah dan disajikan baik dari pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

Data primer diperoleh langsung dari pemilik UD Luxas Jaya Abadi dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan pengamatan (observasi) langsung di tempat usaha. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan dan laporan penjualan dan laporan penjualan serta literatur yang relevan dengan penelitian berupa buku-buku, hasil penelitian terdahulu dan publikasi elektronik (internet). serta literatur yang relevan dengan

penelitian berupa buku-buku, hasil penelitian terdahulu dan publikasi elektronik (internet).

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di satu tempat usaha pemotongan kayu di Wilayah Pamijahan Kabupaten Bogor yang berlokasi di Kp. Babakan RT03/09 Desa Gunungsari Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor. Penelitian ini dilakukan secara sengaja dengan persetujuan pemilik UD Luxas Jaya Abadi pada bulan Maret 2023 - Agustus 2023.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

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 observasi																								
7	Penulisan laporan																								
8	Seminar hasil																								

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*In depth interview*) dan observasi ke tempat usaha secara langsung. Menurut Umar (2014:49) di dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpul datanya, yaitu :

1. Wawancara

Menurut Lexy (2021:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara

langsung dan tidak langsung, dengan cara memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

2. Observasi

Observasi adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi apapun dari suatu peristiwa dengan cara mengamati secara langsung. Segala ilmu pengetahuan merupakan dasar dari semua peristiwa atau aktivitas yang terjadi baik di dalam lingkup kecil maupun dalam lingkup yang lebih besar.

3. Studi Literatur

Serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian. (Zed, 2008:3)

3.5 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi aspek nonfinansial dan aspek finansial. Aspek nonfinansial terdiri dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, dan aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti *profitability index* (PI), *intern rate of return* (IRR), *net present value* (NPV), dan *payback period* (PP).

Tabel 3.2 Data yang Diperlukan untuk Alat Analisis

ASPEK	SUB ASPEK	Data yang diperlukan
Non Finansial	Hukum	1. Nomor Pokok Wajib Pajak 2. Izin usaha dan lingkungan sekitar
	Pasar dan Pemasaran	1. Daftar produk 2. Daftar harga 3. Jalur distribusi 4. Strategi promosi
	Teknis/operasi	1. Data lokasi 2. Data proses operasional 3. Kebutuhan perusahaan
	Manajemen dan SDM	1. Data rencana pengembangan usaha 2. Data sumber daya manusia
Finansial	<i>profitability index</i> (PI)	1. Laporan keuangan 2 tahun terakhir 2. Biaya investasi 3. Biaya operasional 4. Biaya pengeluaran 5. Biaya pendapatan
	<i>intern rate of return</i> (IRR)	
	<i>net present value</i> (NPV)	
	<i>payback period</i> (PP)	

3.5.1 Aspek Hukum

Kasmir dan Jakfar (2020:24) tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi.

Tabel 3.3 Dokumen yang Perlu Disiapkan dalam Aspek Hukum

Nama Dokumen	Ada/Tidak
TDP	
NPWP	
SIUP	
Izin domisili	
IMB	
KTP	

3.5.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Umar (2015:70) bagi pemasaran produk barang terdapat 4 kebijakan pemasaran yang biasa disebut dengan bauran pemasaran (*marketing-mix*) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri atas :

1. Produk (*product*) berupa barang yang dapat dibeda-bedakan atau diklarifikasikan menurut macamnya.
2. Harga (*price*) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.
3. Distribusi (*place*) yaitu sekelompok organisasi yang terlibat dalam proses yang memungkinkan tersedianya produk bagi pengguna atau konsumen.
4. Promosi (*promotion*) adalah proses mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar produk tersebut terkenal dan pada akhirnya dibeli/dikonsumsi.

Kriteria yang harus dipenuhi dalam aspek pasar dan pemasaran adalah:

1. Mampu menentukan jenis pasar yang akan dipilih
2. Mampu menetapkan bagaimana segmen, target, dan posisi produk yang akan dijual.
3. Mampu menentukan program pemasaran melalui bauran pemasaran

3.5.3 Aspek Teknis/Operasi

Menurut Sugiyanto (2020:65) penilaian terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan ini menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi perusahaan, sehingga apabila tidak dianalisa dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dikemudian hari. Adapun yang perlu diperhatikan dalam aspek ini yaitu masalah manajemen operasional, masalah proses produksi masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak dan hal-hal yang berhubungan dengan operasional.

Ada beberapa hal yang ingin dicapai dalam aspek ini yaitu :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat untuk pabrik, gudang, kantor cabang maupun pusat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih.
3. Agar perusahaan dapat menentukan teknologi yang paling tepat untuk menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan untuk kelancaran proses produksinya

Kriteria yang akan dianalisis adalah:

1. Peralatan dan fasilitas operasional
2. Proses operasional
3. Layout tempat usaha

3.5.4 Aspek Lingkungan

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk di telaah sebelum investasi atau usaha dijalankan untuk mengetahui dampak yang akan ditimbulkan dari usaha bisnis, baik dari dampak positif maupun negatif. Oleh karena itu, sebelum suatu

usaha atau proyek dijalankan maka sebaiknya dilakukan terlebih dahulu studi tentang dampak lingkungan yang bakal timbul, baik dampak sekarang maupun mendatang. Studi ini kita kenal dengan nama analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL).

Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya lokasi disekitar lokasi bisnis, timbulnya kerawanan sosial, timbulnya penyakit masyarakat, juga perubahan gaya hidup sebagai akibat masuknya tenaga kerja dari luar daerah. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut.

Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bertujuan untuk:

1. Menganalisis kondisi lingkungan operasional
2. Menganalisis kondisi lingkungan industri
3. Menganalisis lingkungan ekonomi
4. Menganalisis dampak positif maupun negatif bisnis terhadap lingkungan
5. Menganalisis usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meminimalkan dampak negatif bisnis terhadap lingkungan.

3.5.5 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Siklus PDCA adalah suatu siklus yang harus berulang-ulang. Model manajemen ini bisa digunakan untuk membantu industri atau perusahaan agar keluar dari stagnasi. Selain itu siklus ini digunakan untuk mewujudkan sistem yang selalu berkembang agar menjadi lebih baik sesuai namanya siklus PDCA terbagi menjadi 4 fase yang masing-masing fasenya saling berkaitan. Keempat fase tersebut adalah *plan*, *do*, *check*, dan *Act*.

1. *Plan* (perencanaan)

Adalah suatu tahapan perencanaan yang dimulai dengan identifikasi masalah dengan memanfaatkan teknik 5W, yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when*(kapan), *where* (di mana), dan *why* (mengapa) yang selanjutnya dilengkapi

dengan teknik *root cause analysis* di dalam tahapan ini bisa membuat hipotesis masalah dan tujuan yang ingin diraih agar hasilnya bisa diwujudkan.

2. *Do* (pengerjaan)

Dalam siklus PDCA yang kedua ini, perusahaan harus bisa mulai mengerjakan berbagai hal yang sebelumnya sudah direncanakan. Pengerjaan itu bisa berupa hal kecil untuk mengatur hasil dari solusi yang sebelumnya sudah dirancang pada tahapan yang pertama. Selain itu pada fase ini juga kemungkinan ada banyak masalah yang tidak diperkirakan terjadi. Untuk itu disarankan bagi perusahaan untuk melakukan rencana dalam skala lebih kecil terlebih dahulu dalam lingkungan yang sudah terkendali.

3. *Check* (pengecekan)

Sesuai dengan namanya tahapan *check* dilakukan dengan mengaudit eksekusi dan memantau apakah rencana tersebut sudah sesuai dengan rancangan awalnya. Berbagai permasalahan yang mungkin timbul dalam fase *do* akan bisa dievaluasi di dalam tahapan ini dan selanjutnya harus bisa dieliminasi. Tahapan *do* dan *check* ini bisa dilakukan berkali-kali sampai hasilnya sempurna.

4. *Act* (tindak lanjut)

Pada tahapan ini seluruh tahapan yang sudah diperbaiki harus berdasarkan evaluasi dari fase *do* dan *check* yang didalamnya terdapat upaya dalam mengidentifikasi masalah dalam implementasi rencana yang ada. Jadi fase *act* adalah fase yang terakhir yang ada pada siklus PDCA namun seluruh tahapannya akan terus berulang. Setelah tahapan ini berhasil dilalui maka model PDCA yang telah dikembangkan bisa dijadikan sebagai suatu standar baru di dalam perusahaan.

Kriteria SDM yang akan dianalisis adalah:

1. Jumlah karyawan
2. Struktur organisasi
3. *Jobdesk* karyawan

Kriteria Manajemen yang akan dianalisis:

1. Identifikasi proses PDCA

3.5.6 Aspek Finansial

3.5.6.1 Payback Period

Metode *payback period* (PP) disebut juga dengan metode *non-discounted cashflow*. Metode ini bertujuan untuk melakukan pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengambilan modal tanpa mempertimbangkan nilai terhadap waktu terhadap uang (*time value of money*).

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bisnis}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa cepat pengambilan investasi. Kriteria penilaian kelayakan bisnis berdasarkan *payback period* adalah apabila *payback period* lebih kecil dari periode investasi, maka usulan investasi layak dilanjutkan. Sebaliknya apabila *payback period* lebih besar dari periode investasi, maka usulan investasi tidak layak dilanjutkan.

3.5.6.2 Net Present Value (NPV)

Metode *net present value* merupakan penilaian investasi berdasarkan nilai sekarang dari *cash flow* yang masuk di masa yang akan datang. Unsur-unsur utama dalam menggunakan metode *net present value* adalah mengidentifikasi nilai *discount rate* (nilai *r*). *Discount rate* ditentukan berdasarkan biaya modal untuk mengetahui cash dari waktu ke waktu. Cara perhitungannya adalah dengan seluruh *net cash flow* didiskontokan dengan *discount rate* tertentu ke tahun (*t*) baris yang sama, yakni tahun pada saat investasi dilakukan (Kasmir & Jakfar, 2016:103).

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

Dimana :

CF = aliran kas per tahun pada periode *t*

i = investasi awal pada tahun 0

r = suku bunga (*discount rate*)

Kriteria yang digunakan dalam NPV adalah :

- a. Jika NPV = 0 (nol), maka investasi usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau kata lain usaha tidak untung maupun rugi.
- b. Jika NPV = - (negatif), maka investasi usaha tersebut rugi atau hasilnya dibawah tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usaha proyek ditolak.
- c. Jika NPV = + (positif), maka investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya melebihi tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usulan proyek diterima.

3.5.6.3 Internal Rate of Return (IRR)

Metode *internal rate of return* merupakan cara untuk menentukan spesifik *rate of return* dari *cash flow* suatu proyek selama masa investasi. Metode ini dapat menggambarkan profitabilitas suatu investasi dalam persentase dan apabila terdapat banyak ketidakpastian mengenai *discount rate* atau sulit menentukan *discount rate* yang paling sesuai, maka *internal rate of return* dapat dijadikan pedoman.

Dengan menggunakan metode *internal rate of return*, rata-rata pengembalian (*averegretrum*) dapat terlihat. Cara menghitung *internal rate of return* rata-rata adalah jumlah nilai sekarang dari keuntungan setelah pajak dibagi nilai sekarang dari investasi total, yang dihitung selama masa investasi. Semakin tinggi risiko investasi, penerapan investasi *internal rate of return* juga harus semakin tinggi. Metode *internal rate of return* dan *net present value* sangat erat kaitannya, karena *internal rate of return* dapat sebagai *discount rate* yang menjadikan *net present value* dari investasi sama dengan nol. Artinya mendiskon seluruh *net present value* sehingga akan menghasilkan *net present value* yang sama dengan nol (Kasmir & Jakfar, 2016:105).

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

Dimana :

i_1 = tingkat bunga 1

i_2 = tingkat bunga 2

NPV_1 = *net present value 1*

NPV_2 = *net present value 2*

Kriteria penilaian kelayakan investasi berdasarkan IRR :

- a. Apabila $IRR >$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi layak
- b. Apabila $IRR <$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi tidak layak

Semakin tinggi IRR maka semakin menarik investasi tersebut.

3.5.6.4 Profitability Index (PI)

Profitability Index merupakan rasio nilai sekarang dari arus kas bebas masa depan terhadap pengeluaran awal. Walaupun kriteria investasi NPV memberikan suatu ukuran nilai absolut dari suatu proyek, *profitability index* dapat dinyatakan sebagai berikut (Kasmir & Jakfar, 2016:108).

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

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI adalah :

1. Jika $PI >$, maka investasi dikatakan layak
2. Jika $PI <$, maka investasi dikatakan tidak layak
3. Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP