BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif. (Priyono, 2016:36-37) penelitian ini 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. Dengan topik atau gejala yang baru, maka sering kali penelitian ini diidentikkan dengan penelitian yang selalu menggunakan pertanyaan "APA" dan "SIAPA" dalam menggali informasi. Tujuan dari penelitian eksplorasi itu sendiri adalah:

- a. mengembangkan gagasan dasar mengenai topik yang baru
- b. memberikan dasar bagi penelitian lanjutan

3.2. Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di 1 (satu) tempat usaha Rumah Makan Sambal Cobek di Wilayah Cigombong Kabupaten Sukabumi.

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																■	■							

ini adalah dengan menggunakan metode wawancara dan observasi ketempat usaha secara langsung. Menurut Sujarweni (2014:17) terdapat beberapa Teknik pengumpulan data yang bias digunakan diantaranya;

1.Observasi

Sugiyono (2016:203) menyatakan observasi dalam penelitian digunakan sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisioner.

2.Wawancara

Pada dasarnya wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. “wawancara adalah proses memperoleh keterangan data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara.”

1. Kuesioner

adalah sebuah teknik menghimpun data dari sejumlah orang atau responden melalui seperangkat pertanyaan untuk dijawab. Dengan memberikan daftar pertanyaan tersebut, jawaban-jawaban yang diperoleh kemudian dikumpulkan sebagai data.

1.4.1. Alat analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai aspek nonfinansial adalah aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan pada aspek finansial adalah *pay back period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *internal rate of return (IRR)* dan *proffitability Indeks (PI)*

Aspek	Analisis	Alat Analisis
Pemasaran dan Pemasaran	Analisi Pasar	Kuesioner
	<i>Marketing Mix</i>	IPA
Teknik/Operasi	Analisis Data Produksi	QFD

	Analisis Proses Produksi	
	Tata Letak	
Daya Manusia	<i>Jobdesk Description</i>	
	<i>Job Specification</i>	
Finansial	Analisis Kebutuhan Modal	
	Analisis Investasi	<i>Payback Period (PP)</i>
		<i>Net Present Value (NPV)</i>
		<i>Internal Rate Of Return (IRR)</i>
<i>Profitability Index (PI)</i>		

Tabel 3.2 Alat Analisis

3.4.1 Aspek Hukum

Dalam aspek ini yang dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut. Dalam praktiknya terdapat beragam izin. Banyak izin dan jenis-jenis izin yang dibutuhkan tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan. (Kasmir & Jakfar 2016:33).

Berikut ini kriteria penilaian kelayakan usaha yang akan digunakan dalam analisis aspek hukum:

- Izin pelaku usaha (KTP & NPWP)
- Izin terkait Usaha (TDP & SIUP)
- Izin terkait lokasi usaha (IMB & HO)

3.4.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan Pemasaran Menurut Suliyanto (2010:83), suatu ide bisnis disebut layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran jika ide bisnis tersebut dapat menghasilkan produk yang dapat diterima pasar (dibutuhkan dan diinginkan oleh calon konsumen) dengan tingkat penjualan yang menguntungkan. Suliyanto (2010:83), bauran pemasaran merupakan kombinasi dan tempat variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang

dapat dikendalikan oleh perusahaan. Variabel-variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok utama yang dikenal dengan 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat/distribusi).

a. *Product* (produk)

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:248), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. *Price* (harga)

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:314), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan kepada produk. Harga merupakan nilai yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari pengorbanan tersebut.

c. *Promotion* (promosi)

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:76), promosi merupakan semua bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai yang ditawarkan perusahaan dan memengaruhi pelanggan untuk membeli barang yang ditawarkan.

d. *Place* (tempat atau distribusi)

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:14), Place adalah berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Lokasi sering pula disebut saluran distribusi yaitu suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam penyediaan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Kriteria yang harus dipenuhi dalam aspek pasar dan pemasaran adalah:

- a. Mampu menentukan jenis pasar yang akan dipilih
- b. Mampu menetapkan bagaimana segmen, target dan posisi produk yang akan dijual.
- c. Mampu menentukan program pemasaran melalui bauran pemasaran

3.4.4. Teknis dan Operasional

Aspek operasi atau teknis juga disebut sebagai aspek produksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini meliputi masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Harahap (2018:141-142)

Secara umum tujuan yang hendak di capai dalam penilaian aspek teknis adalah sebagai berikut:

- a. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
- b. Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi.
- c. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang sesuai.
- d. Agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
- e. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

kriteria yang akan dianalisis adalah sebagai berikut:

- a. Peralatan dan fasilitas operasional
- a. Proses operasiona
- b. Layout tempat usaha

3.5 Aspek Manajemen dan Sumberdaya

1. Aspek manajemen

Banyak terjadi bahwa proyek-proyek bisnis gagal dibangun maupun dioperasionalkan bukan disebabkan karena aspek lain, tetapi karena lemahnya manajemen. Di dalam pembangunan proyek bisnis, telaah manajemennya antara lain menyusun rencana kerja, siapa saja yang terlibat, bagaimana mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan proyek dengan sebaik-baiknya. Sedangkan untuk telaah operasionalnya, antara lain menentukan secara efektif dan efisien mengenai bentuk badan usaha, jenis-jenis pekerjaan, struktur organisasi serta pengadaan tenaga kerja yang dibutuhkan.

2. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek sumber daya manusia merupakan aspek penting yang perlu dianalisis. Aspek SDM dibagi ke dalam dua bagian. Pertama : peran SDM dalam pembangunan proyek bisnis. Kedua : peran mereka dalam operasional rutin bisnis setelah selesai dibangun. Dalam hal operasional rutin bisnis, tenaga SDM yang dibutuhkan akan disesuaikan dengan keahlian mereka dalam menjalankan roda perusahaan. Lama mereka bekerja di perusahaan, pola gaji/upah yang akan mereka terima, cara bekerja dan sebagainya akan berbeda dengan mereka yang bekerja saat pembangunan proyek. Oleh karena prinsip SDM adalah sebagai partner pengusaha, maka pola manajemen SDM mulai dari perencanaan kebutuhan SDM sampai dengan pemutusan hubungan kerja hendaknya berdampak positif pula pada aspek sosial. Yang akan dianalisis dalam aspek teknis dan operasional adalah:

- a. Jumlah karyawan
- b. Struktur organisasi
- c. Jobdesk karyawan

3.6.. Aspek Finansial

3.6.6.1 *Payback Periode*

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 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

3.6.6.2 Net Present Value (NPV)

Metode *net present value* merupakan penilaian investasi berdasarkan nilai sekarang dari *cash flow* yang masuk dimasa 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 flow* dari waktu ke waktu. Cara penghitungannya adalah dengan seluruh *net cash flow* didiscount dengan *discount rate* tertentu ke tahun (t) baris yang sama, yakni tahun pada saat investasi dilakukan (Kasmir & Jakfar, 2016:103).

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

Di mana :

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 tersebut rugi atau hasilnya dibawah tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usaha protek ditolak.
- c. Jika $NVP = +$ (positif), maka investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya melebihi tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usulan proyek diterima.

3.6.6.3 Internal Rate of Return (IRR)

Metode *internal rate of return* merupakan cara untuk menentukan spesifik *rate of return* dan *cash flow* suatu proyek selama masa investasi. Metode *internal rate of return* 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 (*average return*) dapat terlihat. Cara menghitung *internal rate of return*, rata-rata adalah jumlah 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 (Kamir & Jakfar 2016:105).

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

Di mana :

= tingkat bunga 1

= tingkat bunga 2

= *net present value 1*

= *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.

3.6.6.4. 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.