

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Jenis Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif. (Priyono,2016:36-37) penelitian ini digunakan untuk menggali suatu gejala yang relative 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 baru, maka sering kali penelitian ini diidentikkan dengan penelitian yang selalu menggunakan pertanyaan “ APA” dan “SIAPA” dalam menggali informasi.

Tujuan dari eksploratif itu sendiri 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 berupa data primer yaitu, data yang diberikan kepada pengumpulan data (Responden) dan data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data (Responden) melainkan sumber yang di ambil dari media perantara seperti buku, sumber penelitian terdahulu, dan lain-lain. (Sugiono,2016:225)

1.3. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat Produsen Dekoplamin Vas Bunga Dekorasi Wedding Fiberglass di Wilayah Gadog yang berlokasi di Jl. Cikopo Selatan Desa Sukamahi Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor. Penelitian ini dilakukan secara sengaja persetujuan pemilik usaha Vas Bunga Dekorasi Wedding pada bulan Maret 2023 – Agustus 2023

Table 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 Laporan															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Seminar Hasil																							■	■

1.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya, hal ini bertujuan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis, mudah serta dapat menjawab permasalahan, mencari sesuatu yang digunakan untuk mencapai tujuan dan untuk membuktikan hipotesis, Teknik yang peneliti ambil dengan melalui :

1. Observasi

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

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 paduan wawancara.

3. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiono (2016:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

1.4. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Aspek Pasar :
 - a. *Segmentation, targeting & Positioning* (STP)
 - b. *Marketing mix*
2. Aspek Manajemen
 - a. *Planning, Organizing, Actuating & Controlling* (POAC)
3. Aspek Hukum
 - a. Dokumen Perizinan
4. Aspek Teknis / Operasi
 - a. Penentuan Lokasi Usaha
5. Aspek Finansial
 - a. *Payback Period* (PP)
 - b. *Internal Rate Of Return* (IRR)
 - c. *Net Present Value* (NPV)
 - d. *Profitability Index* (PI)

1.4.1. Aspek Pasar

1. *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP)

Segmentasi Pasar	Pasar Sasaran	Posisi Pasar
(<i>Market Segmentation</i>)	(<i>Market Targeting</i>)	(<i>market Positioning</i>)
1. Geografis	1. Evaluasi Segmen Pasar	1. Kesempatan Penggunaan
2. Demografis	2. Pilihan segmentasi Pasar	2. Menurut Kelas Pengguna
3. Psikografis		3. Langsung Menghadapi Pesaing
4. Prilaku		4. Kelas Produk

Table 3.2 *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP)

2. Marketing Mix

Table 3.3 Marketing Mix

Produk (Product)	Harga (Price	Lokasi Dan Distribusi (Place)	Promosi (Promotion)
1. Penentuan Logo Dan Motto	1. Daftar Harga	1. Saluran Distribusi	1. Harga Khusus
2. Menciptakan Merk	2. Diskon	2. Lokasi	2. Hadiah/ Reward
3. Menciptakan Kemasan	3. Periode Pembayaran	3. Cakupan pasar	3. Produk Gratis
4. Variasi Produk		4. Transportasi	
5. Keputusan Label			

Dengan Kriteria Penilaian :

1. Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang di jabarkan, usaha tersebut dinilai layak
2. Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.4.2. Aspek Manajemen

1. *Planning, Organizing, Actuating, Controlling (PAC)*

Menurut Mustafa (2017:48) Aspek manajemen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari beberapa aspek kajian dalam sebuah aspek laporan kegiatan organisasi. Keberhasilan suatu proyek / kegiatan yang telah dinyatakan layak untuk dikembangkan, sangat dipengaruhi oleh peranan manajemen dalam pencapaian tujuan proyek / kegiatan.

Dalam penelitian ini, analisis kelayakan usaha menggunakan fungsi manajemen POAC berupa table dibawah ini :

Table 3.4 Planning, Organizing, Actuating & Controlling (POAC)

Planning (Perencanaan)	Organizing (Pengorganisasian)	Actuating (Pelaksanaan)	Controlling (Pengawasan)
1. Program yang akan dilaksanakan	1. Pembagian Tugas	1. Pemberian SOP	1. Monitoring pelaksanaan
2. kapan dilaksanakan	2. Pembagian wewenang dan tanggung jawab	2. Pemberian motivasi	2. Cara meminimalisir resiko
3. Bagaimana cara pelaksanaan	3. Pembagian wilayah	3. Pelatihan / <i>Skill Development</i>	3. Evaluasi Rutin
4. Dengan cara apa dilaksanakan			

Dengan Kriteria Penilaian :

1. Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak.
2. Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.4.3. Aspek Hukum

1. Dokumen Perizinan

Untuk menganalisis kelayakan usaha dalam hal ini berupa perusahaan perorangan, diperlukan dokumen perizinan sebagai berikut :

1. Akta Pendirian Pemilik
2. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
3. Surat Izin Usaha Perdagangan(SIUP)
4. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Dengan Kriteria Penilaian :

1. Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak
2. Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.4.4. Aspek Teknis / Operasional

1. Penentuan Lokasi Usaha

Penentuan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Berikut adalah beberapa pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi usaha :

1. Jenis usaha yang dijalankan
2. Apakah dekat dengan usaha yang dijalankan
3. Apakah terjangkau dalam pengiriman bahan baku
4. Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air)
5. Apakah dekat dengan pusat pemerintah
6. Apakah dekat dengan Lembaga keuangan
7. Kemudahan unuk melakukan ekspansi / perluasan

Dengan Kriteria Penilaian :

1. Jika pelaku usaha mampu dan mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai layak.
2. Jika pelaku usaha tidak mampu dan tidak mempunyai kapasitas untuk memenuhi semua aspek yang dijabarkan, usaha tersebut dinilai tidak layak.

1.5. Aspek Finansial

1. *Payback Period (PP)*

Payback Period (PP) adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup pengeluaran Kembali investasi (*Initial Cash Investment*) dengan menggunakan aliran kas. Dengan kata lain *payback period (PP)* merupakan rasio *Initial Cash Investment* dengan *Cash Flownya* yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan maximum *payback period* yang dapat diterima (Umar,2015:197).

Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (*period*) pengembalian investasi suatu proyek/usaha. Pehitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*procced*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika invesasi 100% menggunakan modal sendiri)

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

Dengan Kriteria Penilaian :

1. Jika $PP < \text{umur investasi}$, maka investasi dapat diterima
2. Jika $PP > \text{umur investasi}$, maka investasi ditolak.

2. Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of Proceed*) dan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan net present value (NPV).

Rumusan yang bisa digunakan dalam menghitung NPV adalah sebagai berikut:

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

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika NPV positif, maka investasi dapat diterima; dan jika
2. Jika NPV negative, investasi ditolak

3. Internal of Return (IRR)

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

Semakin tinggi resiko investasi, penerapan nilai IRR juga harus semakin tinggi. Metode IRR dan NPV sangat erat kaitannya, karena IRR dapat dilihat sebagai *discount rate* yang menjadikan NPV dari investasi sama dengan nol. Artinya mendiskon seluruh *net cash flow* sehingga akan menghasilkan jumlah NPV yang sama dengan nol. Cara untuk mencari IRR adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{IRR} = i_1 + \frac{\text{NPV}_2}{\text{NPV}_1 - \text{NPV}_2} \times (i_2 - i_1)$$

Dimana :

- i_1 : tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV1)
 i_2 : tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV2)

NPV1 : *net present value 1*

NPV2 : *net present value 2*

Dengan kriteria penilaian :

1. Jika $IRR > \text{bunga pinjaman}$, maka investasi dapat diterima
2. Jika $IRR < \text{bunga pinjaman}$, maka investasi ditolak

4. Profitability Index (PI)

Menurut Umar (2015:201), penggunaan metode *Profitability Index* ini caranya adalah dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari arus penerimaan-penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang dengan nilai yang sekarang (*present value*) dari investasi yang dilaksanakan. Jadi, *Profitability Index* dapat dihitung dengan membandingkan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar.

Profitability Index (PI) juga dapat dikatakan sebagai rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumusan yang digunakan untuk mencapai PI adalah sebagai berikut :

$$PI = \frac{\Sigma PV \text{ Kas masuk}}{\Sigma PV \text{ Kas keluar}} \times 100\%$$

Dengan kriteria penilaian :

1. Jika $PI > 1$, maka investasi dapat diterima
2. Jika $PI < 1$, maka investasi ditolak

