

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Ini berarti bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi yang secara langsung menjadi obyek penelitian (Sugiyono, 2014:6). Dan penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 Mei 2022 di Kecamatan Arjosari, Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur.

3.2. Jenis Data

Data yang digunakan untuk kelayakan usaha dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari penelitian langsung dilapangan melalui objek penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Data primer pada aspek pasar dan pemasaran terdiri dari data histori penjualan dalam rupiah, data historis volume penjualan dan data *market share* yang meliputi harga, lokasi, promosi dan distribusi produk.

b. Aspek Teknis dan Teknologi

Data primer pada aspek teknis dan teknologi terdiri dari data komponen produk, data jumlah mesin dan peralatan beserta jenisnya, data kapasitas dan proses produksi.

c. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Data primer pada aspek MSDM terdiri dari data jadwal kerja, data jumlah tenaga kerja dan data deskripsi pekerjaan.

d. Aspek Finansial

Data primer pada aspek finansial terdiri dari data sumber dana, data investasi, data biaya operasional termasuk gaji pekerja tidak langsung, data pendapatan dan *cash flow*.

2. Data sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihaklain, baik berupa catatan atau laporan yang telah tersusun dalam arsip. Data sekunder diambil melalui referensi buku, jurnal, artikel dalam media internet, dll.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Penelitian Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelitian terhadap literatur, referensi dan karya ilmiah yang terkait dengan teori dan metode analisis data yang mendukung pemecahan masalah yang sedang diteliti.

3.3.2 Wawancara

Metode wawancara yang di lakukan langsung di lapangan merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan peninjauan langsung di lapangan. Pada penelitian ini studi lapangan mencakup pengumpulan data arsip yang dimiliki oleh obyek penelitian seputar informasi yang ingin didapatkan kemudian dilanjutkan dengan analisis deskriptif kualitatif.

1. Berapa lama menjual kambing?
2. Kemana menjual kambing?
3. Keuntungan dalam 1 bulan berapa yang didapatkan?
4. Berapa produksi kambing yang akan di jual dalam 1 bulan?

3.3.3. Observasi Lapangan

Studi lapangan merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan peninjauan langsung di lapangan. Pada penelitian ini studi lapangan mencakup

pengumpulan data arsip yang dimiliki oleh obyek penelitian seputar informasi yang ingin didapatkan kemudian dilanjutkan dengan analisis deskriptif kualitatif.

3.4. Alat Analisis

3.4.1. Aspek Pemasaran

Analisis aspek pasar yang akan dilakukan meliputi langkah berikut :

1. Estimasi jumlah peternak, khususnya dari kalangan peternak desa dari laporan penjualan low-cost peternak kambing yang menjadi sample penelitian sebagai demand dan jumlah peternak kambing yang menangani bisnis peternak kambing.
2. Menganalisis persaingan kompetitor dengan menggunakan metode CPM (*competitive profile matrix*) dalam menghadapi persaingan bisnis yang dinamis. Maka itu, usaha peternak kambing perlu mengembangkan pangsa pasar semaksimal mungkin agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Analisis persaingan ini dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan dan wawancara yang akan menjadi sample penelitian.
3. Menciptakan strategi marketing yang bagus, diawali dengan STP (segmenting, targetting, dan positioning) yang kemudian diikuti dengan menentukan internal factor dan external factor yang kemudian dilakukan analisis SWOT, yang caranya sudah dibahas dalam variabel penelitian strategi marketing.

3.4.2. Aspek Produksi dan Teknologi

Pada analisis teknis ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku bisnis sejenis mengenai SOP, layout, serta dimana lokasi yang strategis untuk toko. Analisis aspek teknis juga didasarkan pada ketersediaan peralatan yang mendukung operasional usaha (Murdifin dan Mahfud , 2011:433).

3.4.3. Aspek Sumber Daya Manusia

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku usaha peternakan kambing mengenai operasional, spesifikasi pekerjaan, sumber daya yang dibutuhkan (Dessler,2013:4).

3.4.4. Aspek Keuangan

Metode yang digunakan adalah *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate* (IRR). Analisis aspek keuangan mengenai perspektif keuangan usaha yang akan dijalankan (Riyanto, 2011: 126)

3.5. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2012:56), analisis deskriptif berguna untuk menggambarkan variabel yang diteliti. Metode pengolahan data diperoleh dari wawancara akan dirapikan terlebih dahulu sebelum diubah menjadi bentuk tulisan kemudian dikelompokkan sesuai kategori-kategori yang sesuai. Hasil dari penelitian ini berfungsi untuk melukiskan dan menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat ini didukung dengan fakta yang ada. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kelayakan bisnis ternak kambing berdasarkan kriteria aspek yang berlaku.

3.5.1. Aspek Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya rencana pembuatan suatu usaha dilihat dari aspek pasar. Untuk analisis kelayakan aspek pasar yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menghasilkan analisis peramalan menggunakan *software Winqsb* berdasarkan metode *Holt Winter* yaitu *Additive* dan *Multicative Algorithm*. *Holt winter* merupakan salah satu teknik peramalan untuk memodelkan data dengan pola musiman, baik mengandung trend maupun tidak (Nasution & Prasetyawan, 2008).

Hasil peramalan permintaan produk dimasa akan datang yang dapat digunakan untuk mengetahui peluang pasar perusahaan dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan metode 4P atau *marketing mix strategy*. Selain itu, dalam aspek pasar juga diberikan interpersi mengenai hasil peramalan dengan target yang dimiliki perusahaan sehingga menghasilkan analisis kualitatif yang dapat menggambarkan penjualan *real* dimasa mendatang.

Tabel 3.1 Kelayakan Aspek Pasar dan Pemasaran

| Indikator | Keterangan |
|----------------------|---|
| STP | Perusahaan dapat menganalisis segmentasi, target dan <i>positioning</i> untuk menyusun strategi supaya perusahaan memiliki keunggulan dalam benak konsumen ternak kambing dengan harga murah. |
| <i>Marketing Mix</i> | Perusahaan memiliki analisis produk, harga, promosi dan tempat untuk strategi pemasaran ternak kambing. |

3.5.2. Aspek Produksi dan Teknologi

Analisis kelayakan aspek teknis dan teknologi, dilakukan perencanaan kapasitas teknis dan peralatan yang dimiliki suatu usaha serta biaya teknis yang paling efisien (Kasmir, 2003). Untuk analisis kelayakan aspek teknis dan teknologi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menghasilkan perencanaan jumlah mesin dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi berdasarkan perencanaan volume produksi di masa mendatang.

Tabel 3.2 Kriteria Kelayakan Aspek Teknis

| Indikator | Keterangan |
|------------------|---|
| Peralatan | Kemampuan memenuhi yang dibutuhkan konsumen dan peralatan yang dibutuhkan |
| SOP | Memiliki SOP untuk setiap jabatan dalam perusahaan |

3.5.3. Aspek Sumber Daya Manusia

Struktur organisasi atau jenis dan jabatan pekerjaan dalam suatu perusahaan dapat menggambarkan hubungan antara tenaga kerja yang bersangkutan dan mendeskripsikan pekerjaan yang dilakukan. Dalam penelitian ini analisis jumlah kebutuhan tenaga kerja yang dapat memenuhi perencanaan volume produksi untuk mengetahui kelayakan usaha dari aspek MSDM.

Tabel 3.3 Kriteria Kelayakan Aspek Manajemen dan SDM

| Indikator | Keterangan |
|------------------|-------------------|
|------------------|-------------------|

| | |
|--------------|---|
| Tenaga Kerja | Kemampuan perusahaan untuk memiliki 3 tenaga kerja Memiliki analisis pekerjaan yang jelas untuk tenaga kerja yang telah ditetapkan |
|--------------|---|

3.5.4 Aspek Hukum

Setiap usaha baik itu usaha mikro, kecil dan menengah harus memiliki yang namanya izin usaha. Izin usaha adalah bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak yang berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Tujuan memiliki izin usaha adalah untuk memberi pembinaan, arahan serta pengawasan sehingga usaha/perusahaan bisa tertib dalam menciptakan pemerataan kesempatan kerja demi terwujudnya keindahan pembayaran pajak, dan menciptakan keseimbangan perekonomian dan perdagangan (Dewi, 2020).

Dalam bentuk hukumnya setiap jenis perusahaan memiliki bentuk badan hukum yang berbeda-beda. Darisegi Yuridis di Indonesia terdapat 5 bentuk jenis perusahaan yaitu :

- a. Perusahaan Perseorangan
- b. Firma
- c. Perseroan Komanditer (CV)
- d. Perseroan Terbatas (PT)
- e. Perusahaan Negara (PN)

Dalam prosesnya aspek hukum harus mengikuti aturan yang ada dan menyiapkan beberapa dokumen untuk bisa melegalkan usaha. tahapan yang akan dilakukan adalah :

- a. Analisis Kelembagaan Badan Usaha
- b. Analisis Legalitas Badan Usaha
- c. Analisis Perijinan Usaha

3.5.5 Aspek Keuangan

Kebijakan perusahaan untuk menentukan sumber dana menjadi penting untuk memulai sebuah usaha. Maka dalam penelitian ini dilakukan perhitungan-perhitungan biaya untuk mengetahui keuntungan perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Perhitungan biaya yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup penilaian nilai keuntungan bersih (NPV) dan nilai tingkat pengembalian tingkat intern (IRR) serta persentase tingkat pengembalian suku bunga terhadap investasi (%ROI). Perhitungan biaya dilakukan untuk menghasilkan analisis aliran kas perusahaan dapat dinyatakan layak dari kelayakan finansial.

Tabel 3.4 Kriteria Kelayakan Aspek Keuangan

| Indikator | Keterangan |
|--------------------------------------|---|
| <i>Payback Period (PP)</i> | Mampu mengembalikan modal yang diinvestasikan maksimum tiga tahun |
| <i>Net Present Value (NPV)</i> | Nilai NPV > 0 |
| <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> | Nilai IRR > dari bunga pinjam, maka diterima Nilai IRR < dari bunga pinjam, maka ditolak |
| Analisis skenario | PP < 5 tahun, NPV > 0, IRR > 10.00% |

