

3.3 Data Yang Diperlukan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Sujarweni (2020:73) 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.

Tabel 3. 2 Data yang Diperlukan untuk Alat Penelitian

ASPEK		DATA YANG DIPERLUKAN
NON FINANSIAL	Hukum	<ul style="list-style-type: none"> • Nomor Pokok Wajib Pajak • Izin usaha dan lingkungan sekitar • Nomor Induk Berusaha (NIB) • Hak Paten Merek
	Pasar dan Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Daftar Produk • Daftar Harga • Strategi Promosi • Jalur Distribusi
	Teknis atau Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Data Pesanan • Data Kebutuhan Bahan Baku • Data kebutuhan Alat Memasak
	Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur organisasi • <i>Job Description</i>
FINANSIAL	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Payback Period</i> (PP) • <i>Net Present Value</i> (NPV) • <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) • <i>Profitability Index</i> (PI) 	<ul style="list-style-type: none"> • Laporan Keuangan Satu Tahun Terakhir • Laporan Investasi • Biaya Investasi • Biaya Operasional • Data Pendapatan

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara dan observasi ketempat usaha secara langsung untuk mendapatkan data primer 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, 2020:94)

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).

3.5 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).

3.4.1 Aspek Non Finansial

A. Aspek Hukum

Kasmir dan Jakfar (2017:24) 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 Aspek Hukum

Nama dokumen	Ada/tidak
NIB	
TDP	
SKDU	
NPWP	
SIUP	
Hak Paten Merek	

B. Aspek Pemasaran

Untuk menentukan layak atau tidak layaknya 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 mengklasifikasikan bentuk pasar ada faktor penting yang mempengaruhi bentuk pasar antara lain :

1. Jumlah atau banyaknya perusahaan dalam pasar.
2. Jenis barang yang diperjual-belikan.
3. Mudah-tidaknya perusahaan masuk ke dalam pasar.
4. Kemampuan penjual dan pembeli dalam mempengaruhi pasar.
5. Informasi serta pengetahuan penjual dan pembeli terhadap pasar yang dihadapi.

Tabel 3. 4 Bentuk Pasar

Pasar Persaingan Sempurna	Pasar Persaingan Tidak Sempurna		
	Monopoli	Monopolistik	Oligopoli
Terdapat banyak pembeli dan penjual yang sudah mengetahui keadaan pasar	Seluruh penawaran pada barang, telah dikuasi oleh seorang penjual / sejumlah penjual tertentu	Banyak penjual yang menjual barang dengan berbeda corak	Terdiri dari beberapa penjual yang menjual barang tertentu,yang dapat memengaruhi harga

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:

1. *Produc* / Produk

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

- a. Jenis produk
- b. Kualitas produk
- c. Manfaat produk

2. *Price* / Harga

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

- a. Penetapan Harga
- b. Spesifikasi harga berdasarkan jenis dan kualitas produk

3. *Place* / Tempat atau Distribusi

Selain produk dan juga harga, saluran distribusi pun menjadi hal penting untuk diperhatikan dan dilakukan analisis karena saluran distribusi merupakan penghubung antara produsen dan konsumen.

4. *Promotion* / Promosi

Selanjutnya yaitu tahap mempromosikan. Tujuan dari tahap promosi adalah untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen dengan harapan melakukan transaksi pembelian.

C. Aspek Teknis atau Operasi

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 :

a). 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.

b). 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.

c). 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.

D. Aspek Manajemen

Menurut Umar (2020:115) 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. Adapun fungsi manajemen didalam bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2017:168) ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Aspek Manajemen

<i>Planning</i> (perencanaan)	<i>Organizing</i> (pengorganisasian)	<i>Actuating</i> (pelaksanaan)	<i>Controlling</i> (pengawasan)
Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan perencanaan	Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan pengorganisasian	Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan pelaksanaan	Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan pengawasan

3.4.2 Aspek Finansial

A. 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:

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

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

B. 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 :

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

Dimana :

r = suku bunga (*discount rate*)

n = jumlah tahun selanjutnya

Kriteria yang digunakan dalam NPV adalah :

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

C. *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:

Mencari IRR dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

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

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

NPV1 = *net present value* 1

NPV2 = *net present value* 2

Kriteria penilaian kelayakan investasi berdasarkan IRR :

- Apabila $\text{IRR} >$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi layak
- Apabila $\text{IRR} <$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi tidak layak
- Semakin tinggi IRR maka semakin menarik investasi tersebut.

D. *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) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Untuk mencari PI dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Kriteria penilaian :

Jika $\text{PI} > 1$, maka usulan proyek diterima

Jika $\text{PI} < 1$, maka usulan proyek tidak diterima.

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.