

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif. Menurut (Sembiring Tamaulina Br dkk, 2024:3) jenis penelitian ini dilakukan untuk memahami sebab-sebab terjadinya suatu peristiwa atau fenomena, contohnya adalah penyelidikan atas kematian penduduk yang misterius. Dalam ilmu sosial studi kelayakan merupakan jenis penelitian yang berupaya mengeksplorasi suatu fenomena yang baru. Karena topik atau fenomena yang diteliti masih baru, penelitian ini sering kali dikaitkan dengan penggunaan pertanyaan seperti 'APA' dan 'SIAPA' sebagai cara untuk menggali informasi lebih dalam. Tujuan dari jenis penelitian eksploratif itu sendiri adalah mengembangkan gagasan dasar mengenai topik yang baru dan memberikan pengetahuan dasar bagi penelitian lanjutan.

3.2. Objek, Jadwal, dan Lokasi Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah mengenai UMKM D'Mela *Cake and Bakery*. Jadwal penelitian ini dimulai dengan survei dan observasi diawal Februari 2025, lalu melakukan persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Juli 2025. Lokasi penelitian ini dilakukan dicabang D'Mela *Cake and Bakery* yang baru yang berlokasi di Jl. Cibanteng Proyek Ciampea No.56, Cihideung Ilir, kec. Ciampea, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16620. Memiliki letak yang strategis karena lokasi D'Mela *Cake and Bakery* berada dipinggir jalan raya dan juga dekat dengan Institut Pertanian Bogor

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		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	Survei	■																							
2	Observasi awal		■																						
3	Persiapan			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■																
5	Pengolahan data									■	■	■	■												
6	Analisis dan evaluasi													■	■	■	■								
7	Penulisan laporan																	■	■	■	■				
8	Seminar hasil																								■

Sumber : Penulis (2025)

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Sembiring Tamaulina Br dkk, 2024:168) dalam konteks metodologi penelitian, penekanan besar diberikan pada metode pengumpulan data, dengan data dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dan metode penelitian memiliki hubungan yang saling terkait. Seorang peneliti yang memilih metodologi untuk penelitiannya harus mempertimbangkan sifat data yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan penelitian tersebut. Data primer diperoleh langsung dari sumber asli, sementara data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya. Sumber pengumpulan data Primer diperoleh dari wawancara dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh dari publikasi, rekaman, dan laporan penelitian.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Menurut Rosady (2013) dalam jurnal (Nastiti Widya Asri Rahayu, Wibowo Januar, 2023:254) Metode pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis dan pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung atau tidak langsung untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh peneliti. Peneliti melakukan pengumpulan data dan menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melihat secara langsung, mendengar dan mengamati objek yang akan dijadikan bahan penelitian untuk mendapat data yang sebenarnya dan memperoleh gambaran nyata mengenai keadaan bisnis khususnya berkaitan dengan masalah yang penulis bahas serta diperlukan untuk penyesuaian data yang diperoleh. Data observasi yang diperoleh peneliti adalah gambaran umum bisnis setelah dilakukan pengamatan pada bisnis *D'Mela Cake and Bakery*.
2. Wawancara atau *Interview*, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan *manager*. Data yang diperoleh oleh peneliti dari wawancara adalah profil perusahaan, wilayah yang selama ini menjadi pasar utama dari jasa yang ditawarkan, serta data lain yang mendukung penelitian.

3.5. Metode Pengolahan/Analisis Data

Penggunaan metode kualitatif dan kuantitatif adalah bagian dari penelitian ini, penggunaan metode kualitatif untuk menganalisis aspek non-finansial seperti aspek pemasaran, aspek teknis, aspek hukum, dan aspek sumber daya manusia. Penggunaan metode kuantitatif untuk menganalisis aspek finansial yang menggunakan, *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI), dan *Payback Period* (PP). Kemudian hasil dari pengolahan data ini diinterpretasikan secara deskriptif untuk menggambarkan kelayakan usaha

pada bisnis D'Mela *Cake and Bakery*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Aspek Pemasaran:

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

b. *Marketing Mix*

2. Aspek Teknis:

Penentuan lokasi usaha, Penentuan peralatan produksi, Penentuan tata letak.

3. Aspek Hukum:

Dokumen Perizinan

4. Aspek Sumber Daya Manusia:

Peraturan Karyawan, Penyusunan Struktur Organisasi, *Job Description*.

5. Aspek Finansial

Net Present Value (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI), dan *Payback Period* (PP).

3.5.1. Metode Analisis Kualitatif

A. Analisis Aspek Pemasaran

Menurut Sunyoto (2014) dalam jurnal (Sahara Siti dan Nasution Salman, 2024:221) pemasaran adalah suatu system dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan yang dapat memuaskan keinginan konsumen dan mencapai pasar sasaran serta tujuan suatu usaha. Aspek pertama yang harus dianalisis adalah aspek pemasaran. Beberapa hal utama yang menjadi fokus analisis dalam aspek pemasaran meliputi:

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

Tabel 3.2. *Segmentation, Targeting, Positioning (STP)*

No	<i>Segmentation</i> (Segmentasi Pasar)	<i>Targeting</i> (Pasar Sasaran)	<i>Positioning</i> (Posisi Pasar)
1.	Segmentasi Geografis	Produk yang dijual	Kepuasan Pelanggan
2.	Segmentasi Demografiis	Target lokasi	
3.	Segmentasi Psikografis	Karakter Psikologis	

Sumber : Penulis (2025)

2. *Marketing Mix*

Tabel 3.3. *Marketing Mix*

No	Produk	Harga	Tempat	Promosi
1	Variasi bentuk	Daftar harga	Lokasi usaha	Promosi melalui iklan <i>banner</i>
2	Variasi ukuran	Metode pembayaran	Tahapan distribusi	Promosi melalui media sosial

Sumber : Penulis (2025)

B. Analisis Aspek Teknis

Menurut (Ichsan Reza Nurul, Nasution Lukman, 2019) aspek teknis dibahas setelah usaha tersebut dinilai layak dari aspek pemasaran. Faktor-faktor yang perlu diuraikan adalah yang menyangkut lokasi usaha yang direncanakan, sumber bahan baku, jenis teknologi yang digunakan, kapasitas produksi, jenis dan jumlah investasi yang diperlukan disamping membuat rencana produksi selama umur ekonomis proyek.

Aspek berikutnya yang harus dianalisis adalah aspek teknis. Beberapa hal utama yang menjadi fokus analisis dalam aspek ini meliputi:

1. Penentuan lokasi usaha.
2. Penentuan peralatan dan fasilitas.
3. Penentuan tata letak (*layout*).

C. Analisis Aspek Hukum

Menurut (Ichsan Reza Nurul, Nasution Lukman, 2019:54) Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah. Dalam penelitian ini izin usaha sangat penting dimiliki sebagai bukti legalitas bisnis yang dijalani agar dapat menjalankan operasional usahanya secara aman dan nyaman. Untuk menganalisis kelayakan usaha dalam hal ini berupa UMKM, diperlukan dokumen perizinan sebagai berikut:

1. Nomor Induk Berusaha (NIB).
2. Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT).
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

D. Analisis Aspek Sumber Daya Manusia

Menurut (Ermawati Nanik dan Hidayanti Alfiyanti Nur, 2022:139) sumber daya manusia yang sering disingkat SDM adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki oleh individu individu. Perilaku dan sifatnya ditentukan oleh keturunan dan lingkungan, dan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan guna memenuhi kepuasannya. Perencanaan sumber daya manusia dapat dilaksanakan dengan baik dan benar jika diketahui apa dan bagaimana SDM saat direncanakan.

1. Peraturan Karyawan, yaitu mengenai peraturan kerja (SOP) terhadap karyawan.
2. Penyusunan Struktur Organisasi, yaitu menyusun struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggung jawaban.
3. *Job Description*, uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota dan mendata detail pekerjaan tiap fungsi kerja.

3.5.2. Metode Analisis Kuantitatif

Analisis kelayakan finansial dilakukan dengan menggunakan kriteria kelayakan investasi antara lain *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI), dan *Payback Period* (PP). Beberapa komponen persyaratan kelayakan investasi adalah:

A. *Net Present Value* (NPV)

NPV atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of Proceeds*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi.

Rumus:

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

Gambar 3.1. Rumus *Net Present Value*

Sumber: (Ichsan Reza Nurul, Nasution Lukman, 2019)

Kriteria dalam penilaian NPV:

1. Jika NVP positif maka investasi diterima.
2. Jika NVP negatif maka investasi ditolak.

B. *Internal Rate of Return* (IRR)

Instrumen untuk menghitung tingkat pengembalian hasil internal adalah tingkat pengembalian internal, atau IRR. Untuk mencari IRR, ada dua cara.

Rumus:

$$IRR = i_1 + \frac{NVP_1}{NVP_1 - NVP_2} (i_2 - i_1)$$

Gambar 3.2. *Internal Rate of Return*

Sumber: Syahputra (2023)

Keterangan:

i_1 : Tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV1/lebih rendah)

i_2 : Tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV2/lebih tinggi)

NVP_1 : *Net Present Value* 1

NPV_2 : *Net Present Value* 2

C. *Profitability Index* (PI)

Selama suatu investasi, *Profitabilitas Indeks* (PI) mewakili rasio aktivitas dari total nilai sekarang dari pengeluaran yang dikeluarkan. Berikut rumus yang digunakan untuk mendapatkan PI:

Rumus:

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

Gambar 3.3. *Profitability Index*

Sumber: Syahputra (2023)

Kriteria Seleksi :

- 1) Apabila $PI > 1$ maka proyek investasi layak.
- 2) Apabila $PI < 1$ maka proyek investasi tidak layak.

D. *Payback Period* (PP)

Salah satu cara untuk menentukan jangka waktu (periode) laba suatu proyek atau usaha adalah dengan menggunakan metode *Payback Period* (PP). Angka kas bersih yang ditentukan setiap tahun memberikan gambaran mengenai perhitungan ini. Jika penanaman modal menggunakan seluruh modal sendiri, maka nilai tunai bersih sama dengan laba setelah pajak ditambah penyusutan.

Rumus:

$$\text{Rumus : } PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Gambar 3.4. *Payback Period*

Sumber: Syahputra (2023)

Kriteria Seleksi:

- 1) *Payback Periode* $PP < \text{Payback Minimum}$ maka layak.
- 2) *Payback Periode* $PP > \text{Payback Maksimum}$ maka tidak layak.