BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

3.1.1. Eksploratif

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Eksploratif, penelitian Eksploratif yaitu mencari kemungkinan-kemungkinan dari sebuah permasalahan. Menurut Siyoto dan Sodik (2015:4) penelitian adalah suatu penyelidikan terorganisasi, atau penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta untuk menentukan sesuatu. penelitian eksploratif menurut Yusuf (2017), menurut Naufal dkk (2022:36) adalah studi dengan melakukan penelusuran, terutama dalam pemanfaatan konsep yang akan digunakan dalam ruang lingkup yang penelitian lebih luas dengan jangkauan konseptual yang lebih besar.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 1 (satu) tempat usaha bahan bangunan di Wilayah Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor yang berlokasi di Jln.Galuga Cijujung kampung Cimangir Jln. Desa Dukuh Kecamatan Cibungbulang Bogor. Penelitian dilakukan secara sengaja dengan persetujuan pemilik usaha bahan bangunan cabang sbr pada bulan Maret 2022 – Agustus 2022.

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 Evalusi														■	■									
7	Penulisan Laporan																■	■	■	■	■	■	■		
8	Seminar hasil																							■	■

Sumber : Surat pemberitahuan Akademik

3.3. Data yang Di Perlukan

Data yang di perlukan dalam penelitian ini berupa data primer dan skunder. Menurut Rizan ,dkk (2022:211). Data primer adalah informasi yang diberikan oleh seorang peneliti terkait konsep yang diminati untuk tujuan penelitian tertentu. Dan data sekunder merujuk pada informasi yang dikumpulkan dari sumber data yang sudah ada.

Tabel 3.2. Aspek Non Finansial dan Finansial.

ASPEK		DATA YANG DI PERLUKAN
Non Finansial	Pasar dan Pemasaran	1. Daftar Produk 2. Daftar Harga 3. Permintaan 4. Penawaran 5. Presfeksi Konsumen
	Aspek Hukum	1. Surat Izin Usaha 2. NPWP
	Manajemen	1. Jadwal Kerja 2. Jenis Pekerjaan 3. Penilaian Kerja 4. Rencana Pengembangan Usaha 5. Struktur Organisasi
Finansial	Keuangan	1. Laporan Investasi 2. Laporan Keuangan 1 Tahun Terakhir 3. Modal 4. Biaya Operasi 5. Biaya Investasi

3.3.1.Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode wawancara, kuesioner dan observasi. Menurut sudaryono (2016:83).

1.Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

2.Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden).

3.Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

4.Studi Literatur

Menurut *Cresswell. John, W* (2014:40) Menyatakan bahwa kajian literatur adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mengdeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu saat ini mengorganisasikan pustaka ke dalam topik atau dokumen yang dibutuhkan. Stdui Literatur adalah cara yang di pakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang di angkat dala suatu penelitian.

Sedangkan Menurut Nazir (2017:79). Studi Literatur merupakan metode yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber lain yang berhubungan dengan topik yang di angkat dalam penelitian.

3.4. Alat Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai aspek non finansial yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis /operasi , aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek finansial adalah keuangan , *payback period (PP), Net Persent Value (*NPV), *Internt Rate of Return* (IRR) *dan Profitability index (PI).*

Tabel 3.3. Alat Analisis

Aspek	Analisis	Alat Analisis
Aspek Pasar Dan Pemasaran	Analisis Pasar	Kuesioner
	Peramalan permintaan	✓
	Marketing MIX	
Teknis /Operasi	Analisis data produksi	Analisia *Layout*
	Analisis Proses produksi	Analisa Proses Produksi
	Tata Letak	✓
Manajemen Sumber Daya Manusia	*Job Description*	✓
Finansial	Analisis keuangan	*Payback period (PP), Net Persent Value (NPV), Internt Rate of Return (IRR) dan Profitability index (PI).*

3.4.1.Aspek Hukum

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:24). Untuk memulai studi kelayakan suatu usaha pada umumnya dimulai dari aspek hukum, walaupun banyak pula yang melakukannya dari aspek lain.Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki.

3.4.2.Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Hidayat (2021:4). Aspek Pasar dan Pemasaran berfungsi dalam memahami seberapa besar potensi pasar yang dicapai, seberapa luas pasar yang dapat diraih perusahaan, serta strategi pemasaran apa yang dapat direncanakan untuk mendapat konsumen dipasar (Husnan dan Muhammad 2000) Menurut Hidayat (2021:4). Aspek pemasaran adalah suatu aktivitas sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dengan kegiatan yang meliputi menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Analisis Pasar langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengolah data dalam aspek pasar dan pemasaran yaitu :

1.Mengolah Kuesioner

2.Mengolah Data

Time Series Menurut Subagyo (2008:75). Dalam menganalisis peramalan permintaan (*frocasting)*menggunakan metode proyeksi trand untuk memproyeksikan ramalan jangka menengah hingga jangka panjang. Statistik yang tepat yaitu metode kuadran kecil (leats square method) dengan rumusan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Nilai Variable yang dihitung untuk di prediksi (variable tidak bebas)

a = Perpotongan sumbu Y di a (konstanta)

B= Kelandaian garis regresi

X= Variable Bebas

Ada pun strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:51) yaitu :

1. Strategi Produk

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:52) Produk adalah suatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Amirullah (2021:32) Produk meliputi : Ragam, Kualitas, Desain, Fitur, Nama Merek, Kemasan, Layanan.

2. Strategi Harga

Menurut Amirullah (2021:139) Harga merupakan penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud. Menurut Amirullah (2021:32) Harga meluputi : Daftar Harga, Diskon, Potongan Harga, Periode,Pembayaran, Persyaratan Kredit

3. Strategi Lokasi dan Distribusi

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:56) kegiatan pemasaran startegi lokasi dan distribusi ini sangat penting,karena agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Menurut Amirullah (2021:32) Tempat : Saluran, Cakupan, Pemilihan, Lokasi, Persediaan, Transportasi,Logistik

4. Strategi Promosi

Menurut Asman(2020:) Promosi meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk ke pasar sasaran. Menurut Keegan (2003) promosi merupakan bentuk komunikasi yang bersifat membujuk atau persuasif. Menurut Amirullah (2021:32) Promosi meliputi : Iklan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Hubungan masyarakat dengan baik

3.4.3. Aspek Teknis atau Operasi

Menurut Kasmir dan Jakfar ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis/operasi.

1.Penentuan Lokasi Usaha

Penentuan lokasi usaha merupakan prioritas utama dalam aspek teknis atau operasi yaitu menganalisis masalah penentuan lokasi. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisi akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.

2. Luas Produksi

Luas produksi adalah berkaitan dengan berapa jumlah produksi yang menghasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas teknis dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien.

3.Tata Letak (*Layout)*

Layout merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produk/operasi.

3.4.4. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Menurut Hidayat (2021:13). Aspek manajemen dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kemampuan karyawan dalam melaksanakan bisnis yang sedang dijalankan.

Menurut Amirullah (2021:2). Manajemen diartikan sebagai suatu seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu atau sebelumnya.

A.Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Malayu (2019:14).Manajemen adalah fungsi yang berhubungan dengan mewujudkan hasil tertentu melalui kegiatan orang-orang. Hal ini berarti bahwa sumber daya manusia berperan penting dan dominan dalam manajemen.

MSDM mengatur dan menetapkan program kepegawaian yang mencangkup masalah-masalah sebagai berikut :

1. Menetapkan jumlah, kualitas, dan penetapan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description ,job specification, job requirement dan job evaluasi*.
2. Menetapkan penarikan, seleksi, dan penempatan karyawan berdasarkan asas *the right man in the right place and the right man in the righ job*.
3. Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, dan pemberhentian.
4. Meramalkan penawaran dan job permintaan sumber daya manusia pada masa yang akan datang.
5. Memperkirakan keadaan perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan.

3.4.5.Manajemen

Menurut Amirullah (2021:2) Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah ditentukan melaui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber -sumber lainnya. Sedangkan menurut Angger (2020:1) manajemen secara etimologis dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan sebuah aktivitas mengatur atau mengelola.

Adapaun fungsi manajemen dokenal dengan (POAC) *Planning, Organizing,Actuacting, Controling.*

1.*Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses yang mengdefinisikan tujuan dari organisasi, membuat strategi yang akan digunakan untuk mencapaitujuan dari organisasi, serta mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi.

2.*Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian didefinisikan sebagai proses kegiatan penyusunan atau alokasi sumber daya organisasi dalam bentu desain organisasi atau struktur organisasi sesuai dengan tujuan perusahaan yang tertuang di dalam visi dan misi perusahaan, sumber daya organisasi dan lingsungan bisnis perusahaan .

3.*Actuacting* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan adalah suatu tindakan untuk mengusahaakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sarana yang sesuai dengan perencanaan manajeral dan usaha-usaha organisasi.

4.*Controling* (Kontrol/Evaluasi)

Kontrol/Evaluasi adalah satu fungsi manajemen untuk melakukan kontrol atau evaluasi terhadap kinerja organisasi.

3.5. Aspek Finansial atau Keuangan

3.5.1. *Payback period (PP)*

Metode *payback period* (PP) merupakan penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu produk atau usaha.

Rumusnya PP =

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

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari PP,maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut :

a) PP sekarang lebih kecil dari umur investasi
b) Dengan membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis
c) Sesuai dengan target perusahaan

3.5.2. *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 PV tersebutlah yang kita kenal dengan *net present value* (NPV).

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

Setelah memperoleh hasil-hasil yang dengan :

a) NPV positif, maka investasi diterima; dan jika
b) NPV negatif, sebaiknya investasi ditolak

3.5.3. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) Adalah alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern.Ada dua cara untuk mencari IRR.

Cara pertama : $IRR = \frac{i_1 + NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$

i1 = Tingkat bunga 1 (Tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV1)

i2 =Tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV2)

NPV1 = *Net Present Value* 1

NPV2 = *Net Present Value* 2

Cara kedua : $IRR = P1 - C1 \quad x \quad \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$

P1 = Tingkat bunga 1

P2 = Tingkat bunga 2

C1 =NPV 1

C2 = NPV 2

3.5.4.*Profitability Index* (PI)

Profitability Index (PI) atau Benefit and cost ratio (B/C) Merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilaim sekarang penerima bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi.

$$PI = \frac{\sum \text{PV Kas Bersih}}{\sum \text{PV Investasi}} \quad X100\%$$

Kesimpulan :

Apabila PI Lebih Besar (≥) dari 1 maka diterima

Apabila PI nya Lebih Kecil (≤) dari 1 maka ditolak