

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Menurut Martono dalam Mudjiyanto (2018:69), penelitian eksploratif dapat dianggap sebagai penelitian pendahuluan karena bertujuan menggali informasi atau permasalahan yang masih relatif baru dan belum banyak dikaji sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk mendekatkan penelitian pada fakta atau gejala sosial yang mendasar, sekaligus menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan tersebut. Selain itu, penelitian eksploratif juga berfungsi untuk mengembangkan pemahaman terhadap gejala sosial di masyarakat, menghasilkan ide serta teori-teori awal yang dapat memprediksi gejala sosial, menentukan kelayakan riset lanjutan, merumuskan pertanyaan penelitian yang lebih sistematis, serta mengarahkan dan mengembangkan teknik penelitian di masa depan.

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif, dimana aspek non-finansial dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan aspek finansial dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode analisis kelayakan seperti *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI).

3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah toko thrift Oneiro Rewear yang terletak di Jl. Ceremai Ujung no 23. Bogor Utara, Kota Bogor. Penelitian ini berlangsung selama 6 (enam) bulan dimulai dari bulan januari 2025 hingga bulan juni 2025.

Tabel 3. 1 Jadwal Rencana 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	Persiapan penelitian																								
2	Pembuatan kerangka penelitian																								
3	Proses bimbingan																								

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
4	Penulisan laporan																								
5	Seminar proposal																								
6	Perbaikan																								
7	Pengumpulan data																								
8	Pengelolaan data																								
9	Seminar hasil																								
10	Perbaikan akhir																								

Sumber : Peneliti (2025)

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2022:137), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui metode seperti wawancara atau penyebaran kuesioner yang disusun secara sistematis kepada responden. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan pihak yang terlibat dalam operasional Oneiro Rewear.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022:137) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan studi kelayakan *thrift shop* Oneiro Rewear.

Tabel 3. 2 Data Yang Digunakan

Aspek		Data yang diperlukan
Nonfinansial	Hukum	• Surat Izin Usaha
	Pasar dan Pemasaran	• Daftar Produk • Daftar Harga

Aspek		Data yang diperlukan
		• Permintaan • Penawaran
	Teknis dan Produksi	• Data Produksi • Proses Produksi • Tata Letak • Data Lokasi
	Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)	• Struktur Organisasi • Tugas dan tanggung jawab pengurus di organisasi
Finansial	<i>Payback Period</i> (PP) <i>Net Present Value</i> (NPV) <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) <i>Profitability Index</i> (PI)	• Laporan pendapatan 1 tahun terakhir • Laporan Investasi

3.4 Metode Pengumpulan Data

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 pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2022:203) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti. Maka dapat diartikan observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai kegiatan dan keadaan objek yang diteliti. Pada penelitian ini observasi dilakukan langsung di tempat usaha oneiro rewear.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2022:195) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak lain yang berhubungan langsung dengan objek yang

diteliti. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada pihak internal oneiro rewear.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Studi literatur dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan laporan keuangan.

4. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi dalam penelitian ini dapat berupa foto atau video ketika sedang melakukan sebuah penelitian.

3.5 Metode Pengolahan / Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menilai aspek nonfinansial yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek manajemen sumber daya manusia (SDM), aspek lingkungan, dan aspek finansial yaitu *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*.

Tabel 3. 3 Alat Analisis

Aspek	Analisis	Alat Analisis
Hukum	Kualitatif	Surat Izin Usaha (NIB)
Pasar dan Pemasaran	Kualitatif	- STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) - Bauran Pemasaran (4P)
Teknis dan Produksi	Kualitatif	<i>Layout</i> tempat usaha - Peralatan dan fasilitas operasional - Proses operasional
Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)	Kualitatif	- Struktur organisasi - Jumlah karyawan

Aspek	Analisis	Alat Analisis
		• Jobdesk karyawan
Keuangan	Kuantitatif	• <i>Payback Period</i> (PP) • <i>Net Present Value</i> (NPV) • <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) • <i>Profitability Index</i> (PI)

3.5.1. Aspek Hukum

Daoed dan Nasution (2021:51) menyatakan bahwa berdasarkan aspek hukum, suatu ide bisnis dinyatakan layak jika ide bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi segala persyaratan perizinan di wilayah tersebut. Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada semua hal terkait legalitas rencana bisnis yang hendak dilakukan oleh perusahaan. Dokumen hukum yang wajib dimiliki antara lain akta pendirian, NPWP, SIUP, NIB, dan surat izin tempat usaha. Selain itu, bergantung pada jenis usaha, dokumen tambahan seperti sertifikat halal, izin lingkungan, dan sertifikat merek dagang juga diperlukan untuk menjamin legalitas dan keberlangsungan usaha dalam jangka Panjang.

Berikut ini kriteria penilaian kelayakan usaha yang akan digunakan dalam analisis aspek hukum:

- Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (NIB)

3.5.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Kasmir dan Jakfar (2017:16) menekankan bahwa aspek pasar dan pemasaran penting untuk menilai seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Selain itu, aspek pasar dan pemasaran juga untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan. Faktor utama yang perlu dinilai dalam aspek pasar dan pemasaran antara lain:

- 1) Jumlah permintaan produk di masa lalu dan masa kini serta kecenderungan permintaan dimasa yang akan datang.

- 2) Berdasarkan pada angka proyeksi (perkiraan), berapa besar kemungkinan *marketspace* (pasar potensial) yang tersedia dimasa yang akan datang.
- 3) Berapa besar market share yang direncanakan berdasarkan pada rencana produksi.
- 4) Faktor-faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi permintaan di masa yang akan datang.
- 5) Strategi apa saja yang perlu dilakukan dalam meraih market share yang telah direncanakan.

Dalam menyusun strategi untuk mencapai pangsa pasar yang ditargetkan, diperlukan pendekatan pemasaran yang lebih terstruktur. Salah satunya adalah melalui penerapan strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP). Strategi STP membantu perusahaan dalam mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial (*segmenting*), menentukan target pasar yang menjadi prioritas (*targeting*), serta membangun citra produk di benak konsumen sesuai dengan keunggulan kompetitifnya (*positioning*). Selanjutnya, untuk mendukung strategi tersebut, diterapkan bauran pemasaran 4P yang mencakup produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

a. Product (produk)

Menurut Philip Kotler dalam Kasmir & Jakfar (2017:52) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

b. Price (harga)

Menurut Sugiyanto et al (2020:60) harga adalah sebuah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya diterapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama untuk semua pembeli.

c. Place (distribusi)

Menurut Putri & Effendy (2022:577) *place* merupakan seperangkat organisasi yang digunakan sebagai saluran distribusi untuk mengadakan

transaksi antara produsen ke konsumen sampai dengan menyalurkan produk atau jasa sehingga dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

d. Promotion (promosi)

Menurut Putri & Effendy (2022:577) promosi adalah upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam rangka mentransmisikan keuntungan dari produk yang akan dipasarkan dengan tujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian serta mendorong peningkatan pada aspek penjualan perusahaan.

3.5.3. Aspek Teknis dan Produksi

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:150) penentuan kelayakan teknis atau operasi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi, dan *layout* serta kesiagaan mesin-mesin yang akan digunakan. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat bergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri. Oleh karena itu, analisis aspek operasional bertujuan untuk mengevaluasi kesiapan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, dengan memperhatikan ketepatan pemilihan lokasi, efisiensi tata letak dan area produksi, serta kesiapan penggunaan mesin, teknologi, sistem manajemen informasi, dan metode pengelolaan inventaris yang akan diterapkan (Daoed & Nasution, 2021:84).

Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis atau operasi yaitu:

- 1) Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
- 2) Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi.
- 3) Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
- 4) Agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
- 5) Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

Kriteria yang dianalisis untuk aspek teknis dan operasi adalah sebagai berikut:

- *Layout* tempat usaha
- Peralatan dan fasilitas operasional
- Proses operasional

3.5.4. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Menurut Kasmir & Jakfar (2017:17), yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya.

Menurut Daoed & Nasution (2021:114) fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia meliputi perencanaan, yaitu proses pengambilan keputusan secara sadar untuk menentukan langkah strategis di masa depan guna mencapai tujuan organisasi. Fungsi berikutnya adalah perekrutan dan seleksi, yang mencakup penarikan dan penyaringan kandidat untuk mengisi posisi yang dibutuhkan, mulai dari menilai *curriculum vitae* hingga proses wawancara. Orientasi, pelatihan, dan pengembangan dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan melalui pembelajaran keterampilan, pengetahuan, dan sikap kerja. Evaluasi kinerja menjadi bagian penting dalam menilai efektivitas kerja dan mencegah kesalahan berulang. Kompensasi diberikan sebagai imbalan atas kontribusi karyawan, yang harus adil dan layak. Integrasi berfokus pada upaya menyelaraskan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan demi hubungan kerja yang harmonis. Pemeliharaan bertujuan menjaga kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan. Terakhir, penghentian hubungan kerja merupakan proses mengakhiri hubungan antara pekerja dan perusahaan karena alasan tertentu yang menyebabkan berakhirnya hak dan kewajiban masing-masing pihak. Yang akan dianalisis dalam aspek sumber daya manusia (SDM) yaitu:

- Struktur Organisasi
- Jumlah karyawan

- *Jobdesk* karyawan

3.5.5. Aspek Keuangan

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian. Data tersebut merupakan data penjualan, data pembelanjaan dan operasional yang diambil dari laporan keuangan selama bisnis beroperasi yaitu 1 tahun tahun yaitu dari periode maret 2024 sampai 2025. Berikut adalah rasio yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Payback period (PP)

Mengukur waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal berdasarkan arus kas yang dihasilkan dari penjualan produk Oneiro Rework.

Rumus perhitungan:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian kelayakan bisnis berdasarkan payback period adalah apabila *payback period* lebih kecil dari periode investasi, maka usulan investasi layak dilanjutkan. Sebaliknya apabila *payback period* lebih besar dari periode investasi, maka usulan investasi tidak layak dilanjutkan.

2. Net present value (NPV)

Menilai kelayakan investasi dengan menghitung selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan nilai sekarang dari arus kas keluar menggunakan tingkat diskonto tertentu. Jika $NPV > 0$, maka investasi dianggap layak. Rumus menghitung nilai NPV yaitu:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Cf_t}{(1+i)^n} - IO$$

Kriteria yang digunakan dalam NPV adalah :

- Jika $NPV = 0$ (nol), maka investasi usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau kata lain usaha tidak untung maupun rugi.

- Jika NPV = - (negatif), maka investasi tersebut rugi atau hasilnya dibawah tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usaha protek ditolak.
- Jika NVP = + (positif), maka investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya melebihi tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usulan proyek diterima.

3. Internal rate of return (IRR)

IRR digunakan untuk mengevaluasi apakah investasi dalam produk Oneiro Rewear menguntungkan berdasarkan arus kas masa depan. IRR merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Cara yang digunakan untuk mencari IRR yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

i_1 = Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV positif

i_2 = Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV negatif

NPV_1 = NPV yang bernilai positif

NPV_2 = NPV yang bernilai negative

Kriteria untuk menerima atau menolak rencana investasi dengan metode IRR adalah sebagai berikut:

- Jika IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima.
- Jika IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak.

4. Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) atau *benefit and cost ratio* (B/C ratio) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengai nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus yang digunakan untuk mencari PI adalah sebagai berikut:

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

Kriteria untuk menerima atau menolak atau tidak rencana investasi dengan mengukur profitability index (PI) adalah sebagai berikut:

- Apabila PI lebih besar (>) dari 1 maka diterima
- Apabila PI lebih kecil (<) dari 1 maka ditolak