

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat eksploratif. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian sosial yang bertujuan untuk memberikan beberapa definisi atau penjelasan dengan menggunakan konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian.

3.2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian bisnis ini adalah data primer. Data primer adalah data yang di dapat dengan studi lapangan dan wawancara.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan oleh penulis bersifat eksploratif dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data dibawah ini.

1. **Penelitian Kepustakaan**
Penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, jurnal dan data-data tertulis mengenai teori maupun segala informasi yang berhubungan dengan penyusunan skripsi.
2. **Wawancara**
Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab yang dilakukan dengan sistematis yang mengarah pada tujuan penelitian ini.
3. **Kuesioner**
Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara merumuskan pertanyaan atau kuesioner dan menyebarkannya kepada responden yang menjadi subjek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah disiapkan dalam kuesioner.
4. **Observasi Lapangan**
Observasi Lapangan adalah sebuah teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik. Pada metode observasi, pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan di lapangan.

3.4. Alat Analisis

Tabel 3.1 Alat Analisis

Aspek	Analisis	Alat Analisis
Aspek Pemasaran	Analisis Pasar	TOR (Turn of Reference)
	Analisis Persaingan	Matriks Persaingn Produk
	Marketing Mix	
Aspek Operasional dan Teknologi	Analisis Seleksi Produk	Tabel Analisis Seleksi Produk
	Analisis Lokasi Produksi	Metode Pemeringkat
	Analisis Proses Produksi	Teknik Aliran Grafis
	Analisis Kapasitas Produksi	Metode Kapasitas Yang Dijadikan Patokan (<i>Rated Capacity</i>)
	Analisis <i>Layout</i>	
	Analisis Fasilitas Produksi	
Aspek Sumber Daya Manusia	Analisis Sumber Daya Manusia	
Aspek Keuangan	Analisis Kebutuhan Model Kerja	
	Analisis Kebutuhan Model Investasi	Penelitian Deskriptif
	Analisis Rasio Keuangan	<i>Return On Investment (ROI)</i>
	Analisis Investasi	<i>Payback Period (pp) Net Present Value (NPV)</i>

1.5 Aspek Pemasaran

1. Analisis Pasar

- Membuat *Term of reference*
- Membuat kuesioner
- Menyebarkan kepada responden
- Mengumpulkan data
- Mengelola data
- Membuat laporan

2. Analisis pesaing produk

Analisis pesaing merupakan salah satu cara perusahaan dapat mengidentifikasi bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus memahami pola yang berperan sebagai kelemahan. Rencana bersaing yang efektif memerlukan studi kelayakan bisnis untuk melihat produk, harga, salurandistribusi dan promosi yang dilakukan pesaingnya.

3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 4P*)

a. Produk (*Product*)

Produk yang di jual adalah busana dan segala perlengkapan pendukung, produk ini di pilih berdasarkan *style* dan *value* perusahaan dan juga target market yang ingin di capai dari toko ini.

b. Harga (*Price*)

Bagian harga jual merupakan bagian dari identitas dan strategi pasar di tokoini.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan strategi yang diterapkan oleh pemasar untuk membuat pelanggan sadar akan keberadaan produk atau jasa. Promosi ini dapat berbentuk iklan, penjualan pribadi, media sosial, informasi dari mulut ke mulut, sponsor acara dan lain sebagainya.

d. Tempat (*Place*)

Tempat atau place dalam bauran pemasaran adalah saluran distribusi yang mengacu pada lokasi dimana poduk atau jasa tersedia dan dapat dijual ataudibeli.

Bertujuan untuk memudahkan konsumen supaya mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.

3.6 Aspek Produksi dan Teknologi

1. Analisis Seleksi Produk

Pemilihan produk yang akan dijual oleh perusahaan dapat dipilih dengan cara melihat jumlah nilai dari semua faktor yang berhubungan dengan produk tersebut, seperti aspek pasar dan pemasaran.

Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menyeleksi suatu produk adalah:

Tabel 3.2 Contoh tabel Analisis produk

PRODUK A	SR	R	C	T	ST	Nilai
Nilai guna produk						
Kemungkinan berkembangnya produk						
Proyeksi permintaan produk						
Proyeksi terhadap penjualan produk						
Potensi keuntungan produk						
Posisi persaingan						
Potensi peningkatan penjualan saat ini						
Siklus umur produk saat ini						
TOTAL						

Keterangan:

SR	(Sangat Rendah)	: nilai 1
R	(Rendah)	: nilai 2
C	(Cukup)	: nilai 3
T	(Tinggi)	: nilai 4
ST	(Sangat Tinggi)	: nilai 5

Dengan kualifikasi nilai tersebut, maka jumlah nilai setiap produk akan dapat kita ketahui sehingga perusahaan dapat memilih beberapa produk yang hanya diperlukan dan mempunyai nilai tinggi dalam penelitian.

1. Analisis Proses Operasional

Penulis akan melakukan kegiatan analisa terhadap alur kerja toko

2. Analisis Pemilihan Alat Kerja dan Teknologi

Untuk memeriksa alat kerja dan teknologi apa saja yang perlu disiapkan, perlu diidentifikasi terlebih dahulu jenis pekerjaan apa saja yang dapat mendukung operasional.

3.7 Aspek Sumber Daya Manusia

1. Dalam beberapa perencanaan sumber daya manusia perlu menganalisis hal-hal sebagai berikut:

- a. *Job Analysis*, menganalisa jabatan dan fungsi kerja yang dibutuhkan

- b. *Job Specification*, mendata kualifikasi yang diperlukan untuk sesuai dengan fungsi kerja yang sudah direncanakan.

- c. *Job Description*, uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaanteknis anggota dan mendata detail pekerjaan tiap fungsi kerja.

- d. Penyusunan Struktur Organisasi

2. Analisis Pengembangan Tenaga Kerja

- a. Menentukan pelatihan yang dibutuhkan sesuai dengan fungsi kerja

- b. Kriteria tenaga kerja yang berhak di berikan *training*

3. Analisis Penilaian Prestasi Kerja.

3.8 Aspek Keuangan

Analisis keuangan ini meliputi beberapa gambaran antara lain sumber dana, pengeluaran hingga menentukan keuntungan yang diperoleh. Untuk analisis keuangannya, penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. Analisis kebutuhan modal:

- a. Kebutuhan Investasi

Modal investasi adalah dana yang dibelanjakan untuk keperluan alat usaha yang digunakan sebagai penunjang kegiatan bisnis perusahaan.

b. Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja adalah seluruh biaya yang diperlukan perusahaan guna memenuhi kebutuhan bahan baku serta alat-alat pengembangan usaha.

Analisa Rasio Keuangan

1) *Return on Investment (ROI)*

Return on investment (ROI) adalah rasio yang menunjukkan hasil dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan, rasio ini biasanya diukur dengan persentase. Dalam banyak kasus, ROI digunakan untuk menghitung berapa nilai suatu investasi.

$$\text{Return on investment} = \frac{(\text{Total penjualan} - \text{investasi})}{\text{investasi} \times 100}$$

2) *Payback Period (PP)*

Merupakan metode untuk mengetahui berapa lama jangka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan dana yang di investasikan pada suatu proyek.

Ada dua macam rumus menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut:

1. Apabila kas bersih setiap tahun sama:

$$PP = \frac{\text{investasi} \times 1 \text{ Tahun}}{\text{kas bersih per tahun}}$$

2. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda:

$$PP = \frac{\text{Sisa investasi} \times 1 \text{ Tahun}}{\text{Proses tahun berikutnya}}$$

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

- 1) PP sekarang lebih kecil dari umur investasi

- 2) Dengan membandingkan rata-rata industri inti usaha sejenis
- 3) Sesuai dengan target perusahaan.

3) Net Present Value (NPV)

Merupakan perbandingan kas bersih (PV of proceed) dan PV investasi (Capital outlays) selama umur investasi.

Rumus yang biasa digunakan menghitung NPV sebagai berikut:

$$= \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t}$$

Keterangan:

k = Discount rate yang digunakan

At = Cash flow pada periode t

n = Periode yang terakhir dimana cash flow diharapkan

Dimana :

Jika NPV > 0 maka usaha proyek dilaksanakan

Jika NPV < 0 maka usulan proyek tidak dilaksanakan

Jika NPV = 0 nilai perusahaan tetap walau usulan proyek dilaksanakan ataupun tidak

Internal Rate of Return (IRR)

Merupakan alat untuk mengukur besarnya tingkat pengembalian modal sendiri yang digunakan untuk menjalankan usaha. Rumus untuk menghitung IRR sebagai berikut:

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

Dimana:

i_1 = Tingkat diskonto yang menghasilkan NPV +

i_2 = Tingkat diskonto yang menghasilkan NPV -

NPV_1 = Net Present Value Positif

NPV_2 = Net Present Value Negatif

4) Profitability Index (PI)

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

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

Kesimpulan:

Apabila PI lebih besar (>) dari 1 maka diterima

Apabila PI lebih kecil (<) dari 1 maka ditolak.