

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lokasi usaha Aizen Parfum , yang beralamat di gang Bojong Neros, Paledang, Bogor Tengah, Kota Bogor. Penelitian ini dilakukan setelah mendapatkan izin dari *owner* Aizen Parfum. Adapun penelitian dilaksanakan sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Februari				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	2	3	4
1	Observasi			■	■																								
2	Pengajuan izin				■																								
3	Persiapan Penelitian					■	■	■	■																				
4	Pengumpulan Data									■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan data																	■	■	■	■								
6	Analisis & evaluasi																					■	■	■	■				
7	Penulisan laporan																					■	■	■	■	■	■	■	■
8	Seminar hasil																												■

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif adalah proses analisis masalah yang belum dipelajari atau suatu gejala yang relatif masih baru secara menyeluruh. Penelitian ini biasanya dilakukan dengan tujuan untuk melakukan eksplorasi, memperdalam pengetahuan, atau mencari ide-ide baru mengenai hal tertentu.

Tujuan dari penelitian eksploratif sendiri adalah:

- a. Mengembangkan gagasan dasar, fenomena atau gejala mengenal topik yang baru.
- b. Memberikan dasar bagi penelitian lanjutan.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan melalui *natural setting* (kondisi yang alamiah), dan teknik pengumpulan sumber data primer lebih banyak melalui observasi berperan (*participan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini di antara nya adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian. Dan wawancara juga berguna untuk mendapat data primer dan pelengkap teknik pengumpulan data. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Aizen Parfum, yaitu Ibu Salsabil Kamilah dan Ibu Nazara Vonny.

2. Observasi

Observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap obyek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung (Hardani dkk, 2020:122-139). Pada teknik pengumpulan data observasi, peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi usaha Aizen Parfum dan melihat secara langsung mulai dari proses peracikan parfum, barang jadi hingga bagaimana produk bisa sampai ke tangan pelanggan.

Sedangkan data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan (Hardani dkk, 2020:401). Sumber data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari website katadata, buku-buku, publikasi elektronik maupun literatur lainnya.

3.4. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi aspek *non* finansial terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan aspek teknis atau operasional. Sementara pada aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI).

Tabel 3.2 Data Yang Diperlukan Untuk Alat Analisis

Aspek	Sub Aspek	Data Yang Diperlukan
<i>Non finansial</i>	Pasar dan Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi Produk Lengkap 2. Daftar Harga dan Strategi Penetapan Harga 3. Saluran Distribusi 4. Strategi Promosi
<i>Non finansial</i>	Manajemen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar Alat dan Bahan 2. Ulasan Pembeli 3. Arus Proses Produksi dan Operasional Usaha
<i>Non finansial</i>	Teknis atau Operasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arus Proses Produksi dan Operasional Usaha 2. Daftar Inventaris Kantor 3. Profil dan Data Lokasi Usaha
finansial	<i>Payback period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan profitability Index (PI)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya Investasi 2. Pendapatan Tiap Bulan 3. Data Biaya Operasional

3.4.1. Aspek Pasar

Tabel 3.3. Aspek Pasar

Pasar Persaingan Sempurna	Pasar Persaingan Tidak Sempurna			
	Monopoli	Monopolistik	Oligopoli	Oligopsoni
Terdapat banyak penjual dan pembeli yang sudah mengetahui keadaan pasar.	Merupakan pasar persaingan yang isinya terdapat satu penjual tunggal yang mengontrol seluruh pasokan produk/jasa sehingga penjual tunggal tersebut dapat mengendalikan harga.	Merupakan persaingan yang terdapat banyak penjual, namun setiap penjual menawarkan produk yang sedikit berbeda secara kualitas, desain atau ciri khas lainnya.	Terdiri dari beberapa penjual yang saling bersaing dan yang dapat mempengaruhi harga produk adalah penjual atau suatu perusahaan yang termasuk ke dalam kelompok pasar oligopoli.	Terdiri dari beberapa penjual yang saling bersaing dan yang dapat mempengaruhi harga dan kondisi produk di pasar adalah pembeli itu sendiri.

3.4.2. Aspek Pemasaran

Tabel 3.4. Strategi *Marketing Mix*

Produk	Harga	Lokasi & distribusi	Promosi
Penentuan logo dan slogan	Daftar harga	Saluran Distribusi	Harga khusus Reseller
Menciptakan Merek	Diskon	Lokasi	<i>Free gift</i>
Menciptakan kemasan	Kemudahan pembayaran	Cakupan pasar	Membuat konten promosi
Keputusan label		Transportasi	Membuat foto produk untuk katalog
Variasi Produk			Membuat <i>Copywriting</i>

3.4.3. Aspek Manajemen

Pada penelitian kali ini, model yang dipakai dalam aspek manajemen menggunakan *Plan, Do, Check, Act* (PDCA), adalah model yang dicetuskan oleh Walter Shewhart dan dikembangkan oleh W. Edwards Deming dengan tujuan untuk proses perbaikan perusahaan atau individu. Sesuai dengan namanya, siklus PDCA adalah suatu siklus yang harus dilakukan berulang-ulang. Sesuai namanya, siklus PDCA terbagi menjadi empat fase yang masing-masing fasenya saling berkaitan. Keempat fase tersebut adalah *Plan, Do, Check, dan Act*, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. *Plan*

Plan adalah tahapan perencanaan yang dimulai dengan identifikasi masalah dengan memanfaatkan teknik 5W, yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (dimana), *why* (mengapa). Yang selanjutnya dilengkapi dengan teknik *root cause analysis* dan di dalam tahap ini, peneliti membuat hipotesis masalah dan tujuan terlebih dahulu agar hasil yang di inginkan bisa terwujud.

b. *Do*

Dalam siklus ini, peneliti bisa mulai mengerjakan berbagai hal yang sebelumnya sudah direncanakan. Pengerjaan itu bisa berupa hal kecil untuk mengukur hasil dari solusi yang sebelumnya sudah dirancang pada tahapan yang pertama.

c. *Check*

Di dalam fase *check* ini, peneliti harus melakukan pemeriksaan yang intensif. Sesuai dengan namanya, tahapan *check* dilakukan dengan mengaudit, eksekusi dan memantau, apakah rencana yang dijalankan sudah sesuai dengan rancangan awalnya. Pada tahapan *do* dan *check* bisa dilakukan berkali-kali sampai hasilnya sempurna.

d. *Act*

Pada tahapan ini, seluruh tahapan yang sudah diperbaiki harus berdasarkan evaluasi dari fase *do* dan *check* yang didalamnya terdapat upaya dalam mengidentifikasi masalah dalam implementasi rencana yang ada. Jadi, fase *act* adalah fase yang terakhir yang ada pada siklus PDCA. Namun, seluruh tahapannya akan terus berulang.

Berikut penjelasan uraian membuat tabel PDCA untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dalam suatu manajemen perusahaan atau bisnis:

Tabel 3.5. Tabel PDCA

<i>Plan</i>	<i>Do</i>	<i>Check</i>	<i>Act</i>
Identifikasi masalah melalui teknik 5W+1H	Menjalankan rencana yang sudah dibuat pada tahap awal identifikasi masalah & perencanaan	Evaluasi hasil tahap “Do” apakah dilakukan atau tidak dan berhasil atau tidak.	Pada fase ini berisi tindak lanjut setelah rencana selesai dilakukan.
Membuat rencana apa yang akan dilakukan		Bila hasil evaluasi menunjukkan tidak berhasil maka dilakukan pengulangan atau perbaikan kegiatan	Biasanya pada fase ini memuat tindakan yang sama seperti pada fase “Do” yang berhasil dilakukan.
Menetapkan tujuan yang ingin di capai			
Menetapkan hipotesis sementara bila ada rencana yang gagal			

3.4.4. Aspek Teknis atau Operasional

Menurut Harahap (2018:141) aspek operasi atau teknis juga disebut sebagai aspek produksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini meliputi masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Selain itu penentuan lokasi usaha sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Secara umum tujuan yang hendak di capai dalam penilaian aspek teknis adalah sebagai berikut:

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang maupun kantor cabang. Yang secara umum pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha adalah sebagai berikut (Kasmir dan Jakfar, 2023:152):
 - a. Apakah dekat dengan pasar atau konsumen.
 - b. Apakah dekat dengan bahan baku.
 - c. Apakah tersedia tenaga kerja.
 - d. Apakah tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air).
 - e. Apakah dekat dengan pusat pemerintahan.
 - f. Apakah dekat dengan lembaga keuangan.
 - g. Apakah berada di kawasan industri.
 - h. Kemudahan untuk melakukan ekspansi atau perluasan.
 - i. Kondisi adat istiadat atau budaya atau sikap masyarakat setempat .
 - j. Hukum yang berlaku di wilayah setempat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai untuk menentukan bentuk dan penempatan sarana atau fasilitas yang sehingga lebih efisien dalam pengerjaan proses usaha.

Tabel 3.6. Tabel Penentu *Layout*

Penentuan <i>Layout</i>	Faktor Yang Menjadi Pertimbangan
Dilihat Berdasarkan Lingkungan Dan Estetika	1. Sirkulasi Udara 2. Tata Letak Jendela 3. Kenyamanan dan Kemudahan Dalam Proses Usaha (Stop Kontak Listrik Yang Memadai, Meja Yang Aman Untuk Alas Elektronik)

3. Sedangkan Aspek produksi yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Proses *input* hingga *output* pada kegiatan produksi.

Dengan kriteria aspek yang akan dianalisis adalah:

1. Lokasi Usaha.
2. *Layout* tempat usaha.
3. Proses produksi mulai dari awal hingga akhir.

3.4.5. Aspek Finansial

Aspek finansial dianalisis untuk mengetahui jumlah modal yang diperlukan, sumber modal, dan kelayakan usaha keuntungan yang dihasilkan. Aspek finansial dianalisis menggunakan 4 metode sebagai berikut:

a. *Payback Period* (PP)

Metode *Payback Period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (*period*) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih

merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika $PP < \text{umur investasi}$, maka investasi dapat diterima.
2. Jika $PP > \text{umur investasi}$, maka investasi ditolak.

b. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih dan PV investasi selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang dikenal dengan *Net Present Value* atau NPV.

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

Di mana:

$r = \text{suku bunga (discount rate)}$

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika NPV positif, maka investasi dapat diterima.
2. Jika NPV negatif, maka investasi ditolak.

c. *Internal Rate of Return (IRR)*

Pada metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai investasi saat ini dengan nilai penerimaan kas bersih di masa yang akan datang.

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

Di mana:

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

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

NPV₁ : *net present value* 1

NPV₂ : *net present value* 2

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika $IRR >$ bunga pinjaman, maka investasi dapat diterima.
2. Jika $IRR <$ bunga pinjaman, maka investasi ditolak.

d. *Profitability Index* (PI)

merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi.

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

Dengan kriteria penilaian:

1. Jika $PI > 1$, maka investasi dapat diterima.
2. Jika $PI < 1$, maka investasi ditolak.