

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengetahui sesuatu yang baru. Sesuatu yang baru itu dapat dikelompokkan dari mulai fakta, gejala dan lain sebagainya. Penelitian ini juga banyak memakan waktu dan biaya, misalnya penelitian tentang penyakit HIV AIDS (Surahman dkk, 2016: 10).

### 1.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada toko *online* yansroom.id Kp. Rawa Bogo Rt.004/018 Kelurahan Jatimekar Kecamatan Jatiasih Kota Bekasi Jawa Barat.

**Tabel 3.1 Jadwal pelaksanaan kegiatan**

| 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 Evaluasi |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      | ■ | ■ |   |      |   |   |   |         |   |   |   |
| 7  | Penulisan Laporan     |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ | ■       |   |   |   |
| 8  | Seminar Hasil         |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   | ■ | ■ |

Sumber: Rencana Penelitian (2022)

### 3.3 Data Yang Diperlukan untuk Alat Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut siyoto dan Sodik (2015: 67-68) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan seorang peneliti secara langsung dari sumber datanya. Bisa juga disebut sebagai data asli. Untuk mendapatkan data *primer*, seorang peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.

Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer diantaranya observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran *questioner*.

Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai macam sumber yang telah ada. Data sekunder dapat didapatkan dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal dan lain sebagainya.

**Tabel 3.1 Data yang Diperlukan untuk Alat Penelitian**

| ASPEK                | ASPEK                         | DATA YANG DIPERLUKAN                                                                                                  |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Non Finansial</b> | Pemasaran                     | 1. Daftar Produk<br>2. Daftar Harga<br>3. Preferensi Konsumen                                                         |
|                      | Teknis dan Produksi           | 1. Data Peralatan<br>2. Data Produksi<br>3. Proses Produksi<br>4. Tata Letak                                          |
|                      | Manajemen Sumber Daya Manusia | 1. Upah Karyawan<br>2. Jenis Pekerjaan<br>3. Penilaian Kerja                                                          |
| <b>Finansial</b>     | Keuangan                      | 1. Laporan Investasi<br>2. Laporan Keuangan Satu Tahun Terakhir<br>3. Modal<br>4. Biaya Operasi<br>5. Biaya Investasi |

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

#### 1. Penelitian kepustakaan

Peneliti melakukan pencarian studi pustaka dengan mencari bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian berupa buku, survei ataupun segala informasi yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

#### 2. Wawancara

Peneliti menggunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden yang akan menjawab. Kuesioner teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

### 4. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data atau informasi yang memiliki ciri spesifik. Metode observasi melakukan pengumpulan data atau informasi dengan teknik pengamatan dan pencatatan di lapangan. Bila wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi melakukan observasi pada pembelian bahan baku, alat-alat produksi dan obyek- obyek lain

## 3.5 Alat Analisis

**Tabel 3.3 Alat Analisis**

| Aspek               | Analisis                                      | Alat Analisis                                                                                                             |
|---------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pemasaran           | Analisis Pasar                                | Kuesioner                                                                                                                 |
|                     | Analisis Pesaing                              | Matrik Produk Pesaing                                                                                                     |
|                     | <i>Marketing Mix</i>                          |                                                                                                                           |
| Teknis dan Produksi | Analisis Proses Produksi<br>Tata Letak        | Observasi dan wawancara                                                                                                   |
| Manajemen           | <i>Job Description</i><br>Jobdesk Spesifikasi | Observasi dan wawancara                                                                                                   |
| Keuangan            | Analisis Cash Flow<br>Analisis Investasi      | <i>Net Present Value (NPV),<br/>Payback Periode (PP),<br/>Profitability Index (PI), Internal<br/>Rate of Return (IRR)</i> |

## 3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam studi kelayakan bisnis ini agar bisa diketahui layak atau tidaknya bisnis tersebut untuk dijalankan dengan komponen sebagai berikut :

### 3.6.1 Aspek Pemasaran

#### 1. Analisis Pasar

Yang diperlukan untuk mengolah data dalam aspek pemasaran yaitu:

- a. Membuat kuisioner
  - b. Mengolah data
  - c. Membuat laporan survey
2. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan cara bagi perusahaan untuk mengetahui potensi yang dijadikan keunggulan dan kelemahan. Rencana persaingan yang efektif, studi kelayakan dibutuhkan untuk mengamati produk, harga, saluran distribusi, maupun promosi yang dilakukan oleh para pesaing yang lain.

**Tabel 3.4 Contoh Tabel Analisis Persaingan**

| <b>ATRIBUT PRODUK</b>          | <b>PRODUK PESAING</b>        | <b>PRODUK ANDA</b>                                                                                           |
|--------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PRODUK</b>                  | Produk <i>Custom</i>         | Produk <i>Custom</i>                                                                                         |
| <b>HARGA</b>                   |                              |                                                                                                              |
| Harga Per Pcs                  | Rp. 10.000 - Rp. 52.000      | Rp. 1.500 - Rp. 35.000                                                                                       |
| <b>PROMOSI</b>                 |                              |                                                                                                              |
| Iklan                          | <i>Voucher</i>               | Media Sosial,<br><i>Endorsment, Review</i> konsumen                                                          |
| <b>PELAYANAN DAN TEKNOLOGI</b> |                              |                                                                                                              |
| Produksi Desain                | Printing UV                  | <i>Print</i> DTF, Mesin <i>Press</i> ,<br><i>Printer</i> Termal, <i>Printer</i> Jet,<br>Mesin <i>Cutting</i> |
| Packaging                      | <i>Bubble warp</i> , plastik | <i>Bubble Warp</i> , plastik dan <i>box custom</i>                                                           |

### 3. *Marketing Mix*

*Marketing mix* yang akan peneliti gunakan ada 4 bagian yaitu:

- a. Produk (*Product*)
 

Beberapa hal yang akan dianalisis dari unsur produk yaitu:

  1. Jenis Produk
  2. Kualitas
  3. Kemasan
  4. Pelayanan
  5. Jaminan

b. Harga (*price*)

Beberapa hal yang tidak terlepas dari harga dan dapat diuraikan secara sederhana, yaitu:

1. Harga reseller
2. Harga satuan
3. Harga pesaing
4. Potongan harga
5. Sistem pembayaran

c. Tempat (*place*)

Tempat dalam marketing mix merupakan saluran penjualan yang dapat membantu perusahaan menganalisis berbagai kendala dihadapi dan mendistribusikannya secara normal untuk mencapai kepuasan pelanggan (Sunyoto, 2012: 171).

d. Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi merupakan program kobaloratif yang menggabungkan periklanan, penjualan individu, dan pemasaran langsung untuk membuat keputusan pembeli bahkan ketika perusahaan meluncurkan produk baru (Putri, 2017: 117).

### 3.6.2 Aspek Teknis dan Produksi

1. Analisis Proses Produksi

Saat menganalisis proses produksi, pilihan proses produksi umumnya terkait dengan teknologi yang diminati. Setiap proses produksi harus berkesinambungan dan seimbang agar proses produksi tidak mengganggu proses produksi selanjutnya.

2. Tata Letak

Tujuan utama *layout* adalah optimalisasi pengaturan fasilitas-fasilitas operasi sehingga nilai yang diciptakan oleh sistem produksi menjadi maksimum. Beberapa pola *layout* yaitu *layout* fungsional, *layout* produk, *layout* kelompok dan *layout* posisi tetap dapat diterapkan di beberapa perusahaan (Sobana, 2018: 231).

### 3.6.3 Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

1. *Jobdesk Description*, merupakan susunan pekerjaan yang menjelaskan mengenai pekerjaan karyawan untuk suatu jabatan tertentu.
2. *Job Spesification*, menjelaskan karakteristik seorang karyawan yang bagaimana yang diinginkan.

### 3.6.4 Aspek Keuangan

1. Analisis Modal Kerja

Modal kerja merupakan dana yang ditanamkan dalam aktiva lancar dapat berupa kas, piutang surat-surat berharga, dan persediaan yang digunakan untuk operasional perusahaan misalnya untuk membayar upah, membeli bahan baku dan biaya pemeliharaan alat-alat produksi. Waktu tersedianya modal akan bergantung pada jenis dan tingkat likuiditas (Sobana, 2018:89).

2. Analisis Investasi

- a. *Payback Periode*

Metode ini mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali, jika periode *payback* ini lebih pendek dari pada yang disyaratkan, proyek ini dilaksanakan menguntungkan. Sedangkan jika lebih lama proyek akan ditolak.

Rumus:

- a) Apabila kas bersih setiap tahun sama:

$$PP = \frac{\text{Jumlah investasi}}{\text{Kas bersih}} \times 1 \text{ Tahun}$$

- b) Apabila kas bersih setiap tahun berbeda:

$$PP = \frac{\text{Jumlah investasi}}{\text{Kas bersih}} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$\text{Jumlah investasi} = \text{Jumlah investasi awal}$$

$$\text{Jumlah periode} = \frac{\text{Jumlah investasi}}{\text{Keuntungan} + \text{depresiasi (penyusutan)}}$$

- Jika *payback periode* lebih kecil ( $<$ ) dari waktu maksimum yang diisyaratkan, proyek diterima.
- Jika *payback periode* lebih besar ( $>$ ) dari waktu maksimum yang diisyaratkan, proyek ditolak.

b. *Net Present Value (NPV)*

Metode ini menghitung selisih nilai investasi dengan nilai sekarang dengan penerimaan kas bersih pada masa yang akan datang. Jika selisih pada yang akan datang lebih besar dari nilai investasi sekarang, maka proyek ini dikatakan menguntungkan sehingga diterima. Jika lebih kecil (NPV), proyek ditolak karena nilainya tidak menguntungkan.

Rumus yang biasa digunakan menghitung NPV sebagai berikut:

$$\text{NPV} = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas bersih N}}{(1+r)^n} - \frac{\text{Investasi}}{(1+r)^0}$$

Keterangan:

- Jika NPV positif  $>0$ , investasi diterima
- Jika NPV negative  $<0$ , investasi ditolak

c. *Internal Rate or Return (IRR)*

*Internal rate return* terdapat diidentifikasi sebagai tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari *proceed* yang akan diharapkan akan diterima sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal. Pada dasarnya, IRR harus dicari dengan cara *trial and error*.

Rumus:

$$i_1 +$$

Keterangan:

$i_1$  = Tingkat bunga ke 1

$i_2$  = Tingkat bunga ke 2

NPV 1 = *Net present value* 1

NPV 2 = *Net present value* 2

d. *Profitability Index (PI)*

Metode ini menghitung perbandingan antara penerimaan kas bersih pada masa datang dengan nilai investasi sekarang.

Rumus:

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

Keterangan:

- Jika PI lebih besar (>) dari 1, investasi diterima
- Jika PI lebih kecil (<) dari 1, investasi ditolak