BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah eksploratif. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian.

3.2. Jenis Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.

3.3. Metode Pengumpulan Data

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

1. Penelitian kepustakaan

Peneliti melakukan pencarian literatur dengan mencari bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian berupa buku 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. Data dari hasil wawancara akan dijadikan pertimbangan yang berkaitan dengan keperluan tujuan wawancara.

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 sangat efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

4. Obsevasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Metode observasi melakukan pengumpulan data atau informasi dengan teknik pengamatan dan pencatatan dilapangan. Jika 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.

3.4. Alat Analisis

Tabel 3. 1 Alat Analisis

Aspek	Analisis	Alat Analisis
Aspek Pemasaran	Analisis Pasar	TOR (Turn of Reference)
	Analisis Peramalan Permintaan	Grafik Peramalan Permintaan
	Analisis Persaingan	Matriks Persaingan Produk
	Marketing Mix	
	Product Life Cycle	Kurva tahapan PLC
Aspek Sumber Daya Manusia	Analisis Sumber Daya Manusia	
Aspek Keuangan	Analisis Kebutuhan Model Kerja	
	Analisis Kebutuhan Model Investasi	Penelitian Deskriptif
	Analisis Rasio Keuangan	<i>Current Ratio, Quick Ratio, Debt to Equity Ratio, Perputaran Persediaan atau Inventory Turnover, Profit Margin, Return on</i>

		<i>Investment (ROI), Return on Equity (ROE)</i>
	Analisis Investasi	<i>Parback Period Net Present Value(NPV) Internal Rate of Return (IRR) Profitability Index (PI)</i>
Aspek Lingkungan	Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL)	

3.5. Metode Pengumpulan Data

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

3.5.1

Aspek

Pemasaran

1. Analisis Pasar

Untuk mengolah data dalam aspek pemasaran, langkah- langkah yang diperlukan yaitu:

- a. Membuat TOR (*Term Of Reference*)
- b. Membuat kuisisioner
- c. Mengolah data
- d. Membuat Laporan Survei

2. Analisis Peramalan Permintaan

Untuk menganalisis peramalan permintaan, peneliti menggunakan metode proyeksi trend (Subagyo, 2007:86). Dengan metode statistik kuadrat terkecil (*least square method*), dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai variable yang dihitung untuk diprediksi (variabel tidak bebas).

a = Perpotongan sumbu Y di a (*konstanta*).

b = Kelandaian garis regresi.

X = Variabel bebas.

3. Analisa Pesaing

Analisis pesaing adalah cara perusahaan agar dapat menemukan bidang- bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui pola yang menjadi titik kelemahan. Rencana kompetitif yang efektif, studi kelayakan bisnis dibutuhkan untuk mengamati produk, harga, saluran distribusi maupun promosi yang dikerjakan oleh para pesaing-pesaingnya.

Untuk menganalisis produk diantara para pesaing, dapat menggunakan matrik sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Matrik Persaingan Produk

ATRIBUT PRODUK	PRODUK PESAING	PRODUK ANDA
PRODUK	Pakaian	Pakaian
HARGA		
Harga Baju	Rp. 40.000,-	Rp. 35.000,-
Harga Celana	Rp. 70.000,-	Rp. 65.000,-

PROMOSI		
Iklan	Selebaran brosur dan Banner	Selebaran brosur dan Banner
LOKASI		
Lantai	UG	UG

Keterangan:

Beri penilaian dari masing-masing produk, mulai dari Sangat buruk- Sangat Bagus

- a. Sangat Buruk
- b. Buruk
- c. Ragu-ragu
- d. Bagus
- e. Sangat Bagus

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing Mix ada 4 bagian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Produk (*Product*)

Ada beberapa hal yang akan dianalisis dari unsur produk yaitu:

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

b. Harga (*Price*)

Ada beberapa hal yang tidak lepas dari harga dan dapat diuraikan secara sederhana, yaitu:

1. Harga Per-Kg
2. Harga Satuan
3. Harga Pesaing
4. Potongan Harga
5. Sistem Pembayaran

c. Tempat (*Place*)

Selanjutnya tempat atau place dalam bauran pemasaran adalah saluran distribusi yang mengacu pada lokasi dimana produk atau jasa tersedia dan dapat

dijual atau dibeli. 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.

d. 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.

5. Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*)

Product life cycle (PLC) Kotler dan Keller (2007: 389) merupakan konsep yang penting dalam pemasaran karena memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika bersaing suatu produk. Siklus hidup produk umumnya terbagi dalam empat tahap yaitu:

- a. Perkenalan adalah periode pertumbuhan penjualan yang lambat saat produk itu diperkenalkan ke pasar.
- b. Pertumbuhan adalah periode penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang besar.
- c. Kedewasaan adalah periode penurunan pertumbuhan penjualan karena produk tersebut itu telah diterima oleh sebagian besar pembeli. Laba akan stabil atau menurun karena persaingan meningkat.
- d. Penurunan adalah periode saat penjualan menunjukkan arah yang menurun dan laba yang menipis.

Berikut adalah penggambaran dari kurva tahapan Product Life Cycle (PLC) menurut Kotler (1997)

	Menciptakan kesadaran produk	Memaksimalkan pangsa pasar	Memaksimalkan keuntungan dan mempertahankan pasar	Mengurangi pengeluaran
Strategi	<i>Introduction</i>	<i>Growth</i>	<i>Maturity</i>	<i>Decline</i>
Produk	Menawarkan produk dasar	Menawarkan produk lanjutan, garansi servis	Keberagaman merek dan model	Mengeluarkan <i>item</i> yang lemah
Harga	Menggunakan biaya tambah	Harga untuk menembus pasar	Harga untuk mengalahkan pesaing	Potongan harga
Distribusi	Membangun jalur distribusi secara selektif	Membangun jalur distribusi yang kuat	Menambah jalur distribusi	Lebih selektif, buat outlet yang kurang menguntungkan
<i>Advertising</i>	Membangun kesadaran produk terhadap pemakai baru dan dealer	Membangun kesadaran dan ketertarikan di pasar umum	Menekankan perbedaan dan manfaat merek	Mengurangi ke tingkat yang diperlukan untuk mempertahankan loyalitas
<i>Sales Promotion</i>	Menggunakan promosi untuk memikat suatu produk baru	Dikurangi untuk mengambil keuntungan dari permintaan konsumen	Dinaikan untuk peningkatan merek	Diturunkan ke level minimal

3.5.2 Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan ini meliputi beberapa uraian diantaranya adalah sumber dana, pengeluaran untuk menentukan hasil laba yang didapat. Untuk analisis aspek keuangan ini, penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. Analisis Kebutuhan Modal
 - a. Kebutuhan Modal Investasi

Investasi merupakan penanaman dana awal dalam suatu aktivitas yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha. Jangka waktu investasi umumnya lebih dari satu tahun. Modal investasi digunakan untuk membeli aktiva lancar seperti tanah, bangunan, mesin-mesin, peralatan.

- b. Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja merupakan modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan selama perusahaan beroperasi. Jangka waktu penggunaan modal kerja relatif pendek. Modal kerja digunakan untuk kepentingan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya lain-lain.

2. Analisis Rasio Keuangan

a. *Current Ratio*

Merupakan rasio lancar menilai kemampuan perusahaan membayar utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih atau mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek.

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva lancar (current asset)}}{\text{Utang lancar (current liabilities)}}$$

b. *Quick Ratio (Acid Test Ratio)*

Merupakan rasio cepat yang menunjukkan kemampuan perusahaan membayar utang dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan (Kasmir dan Jakfar, 2016 :126).

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{Current assets-inventory}}{\text{Current liabilities}}$$

Atau

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{kas} + \text{bank} + \text{efek} + \text{piutang}}{\text{Current liabilities}}$$

c. *Debt to Equity Ratio*

Rasio yang digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total utang dan modal sendiri. Rumus untuk mencari debt to equity ratio dapat digunakan perbandingan antara total utang dan total modal sendiri sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total utang (Debt)}}{\text{Equity}}$$

d. *Perputaran Persediaan (Inventory Turnover)*

Merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur nilai berapa kali dana yang ditanam dalam Inventory ini berputar dalam satu periode. Rumus untuk mencari *inventory turnover* sebagai berikut:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Barang yang Dijual}}{\text{Rata-rata persediaan}}$$

e. *Profit Margin (Profit Margin on Sales)*

Rasio ini diukur antara profit margin dan penjualan, serta diukur dalam persentase. (Kasmir dan Jakfar, 2016:141).

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net profit after tax}}{\text{Net sales}}$$

f. *Return on Investment (ROI)*

Merupakan rasio yang menampilkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. (Kasmir dan Jakfar, 2016:142).

Rumus untuk mencari Return on investment sebagai berikut:

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

g. *Return on Equity (ROE)*

Merupakan rasio untuk menilai laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menampilkan efisiensi penggunaan modal. (Kasmir dan Jakfar, 2016 :143). Rumus untuk mencari ROE dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Equity}}$$

3. Analisis Investasi

a. *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:

$$\text{PP} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih Per Tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

2. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda:

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

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

b. *Average Rate of Return (ARR)*

Merupakan cara mengukur rata-rata pengembalian bunga dengan cara mengembalikan antara rata-rata laba sebelum pajak (EAT) dengan rata-rata investasi.

Rumus untuk menghitung ARR sebagai berikut:

$$ARR = \frac{\text{Rata-rata EAT (Average earning after tax)}}{\text{Rata-rata investasi (average investment)}}$$

$$\text{Rata-rata EAT} = \frac{\text{Total EAT}}{\text{Umur Ekonomis (n)}}$$

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

Kriteria kelayakan ARR:

- Jika $ARR >$ tingkat pengembalian bunga yang diinginkan, maka dinyatakan layak.
- Jika $ARR <$ tingkat pengembalian bunga yang diinginkan, maka dinyatakan tidak layak.

b. *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:

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

Keterangan:

Jika NPV >0, maka investasi diterima

Jika NPV <0, maka investasi ditolak

c. *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 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*

d. *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

3.5.3 Aspek Sumber Daya Manusia

- 1) *Job Analysis* menunjukkan mengenai jenis tugas yang diperlukan serta kualifikasi pegawai yang dibutuhkan untuk melakukan tugas tersebut. Analisis jabatan

didefinisikan sebagai informasi yang berkenaan dengan pekerjaan apa yang harus dilakukan.

- 2) *Job Spesification*, merupakan rincian karakteristik apa yang harus dibutuhkan untuk pegawai yang dipersyaratkan.
- 3) Mendesaian Struktur Organisasi, rencana yang akan dijalankan perusahaan akan berpengaruh terhadap desain organisasi. Perubahan-perubahan strategi organisasi mengakibatkan perubahan-perubahan desain organisasional.
- 4) *Job Description* merupakan uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
- 5) Mendesain Sistem Kompensasi merupakan kompensasi dapat berupa kompensasi finansial dan nonfinansial. Kompensasi finansial terdiri dari upah, gaji, komisi, bonus dan asuransi. Sedangkan kompensasi nonfinansial berupa rasa aman, pengembangan diri, peluang kenaikan penghasilan, simbol status, pujian dan pengakuan, kenyamanan tugas serta persahabatan.

3.5.4 Aspek Lingkungan

Salah satu aspek yang sering terabaikan ketika sebuah usaha akan didirikan adalah lingkungan. Dampak pendirian usaha pakaian terhadap lingkungan mall mempunyai pengaruh yang cukup besar karena ramainya pesaing dan pelanggan. Maka dari itu, mall sendiri sudah memiliki standar kebersihan yang teratur sehingga membuat penjual dan pelanggan merasa nyaman.

Pada aspek analisis AMDAL, usaha pakaian ini akan melakukan beberapa tindakan seperti :

- Menyediakan tempat sampah
- Menyediakan hand sanitizer
- Menyediakan alat kebersihan

Membuat perizinan usaha di mall itc depok