

1.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini metode 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 adalah:

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

1.3. 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*). Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini diantara nya adalah sebaagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (informan) (Rianto Adi, 2020:35). Dan wawancara juga berguna untuk mendapatkan data primer dan pelengkap teknik pengumpulan data. Pada penelitian ini, Penelitian melakukan wawancara dengan pemilik usaha baju DudeClothStore yaitu Muhammad Zidan.

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, penelitian melakukan observasi langsung ke lokasi usaha DudeClothStore, dan melihat secara langsung bagaimana proses menyortir barang, package barang, hingga produk bisa sampai ketangan konsumen.

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- sumber data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari website katadata, buku-buku, publikasi elektronik maupun literatur lainnya.

1.4. 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 periode (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
Non Finansial	Pasar dan pemasaran	1. Informasi produk lengkap 2. Daftar harga dan strategi 3. Saluran Distribusi 4. Saluran Promosi
Non Finansial	Manajemen	1. Daftar Merk dan Bahan 2. Ulasan Pembeli 3. Arus Proses Produksi dan Operasional Usaha
Non Finansial	Teknis atau operasional	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>	1. Biaya Investasi 2. Pendapatan Tiap Bulan 3. Data Biaya Operasional

Sumber: Penelitian (2025)

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 telah mengetahui keadaan pasar	Merupakan pasar yang didalamnya terdapat satu penjual tunggal yang mengontrol seluruh pasukan produk/jasa sehingga penjual tunggal tersebut dapat mengendalikan harga	Merupakan pasar yang terdapat banyak penjual yang bersaing, tetapi penjual memiliki kekuatan pasar yang berbeda	Terdiri dari banyak penjual yang saling bersaing satu sama lain dan memiliki kekuatan pasar yang signifikan yang termasuk kedalam kelompok pasar Oligopoly	Terdiri dari beberapa penjual yang saling bersaing dan yang dapat mempengaruhi harga dan kondisi produk di pasar adalah pembeli itu sendiri.

Sumber: Aspek pasar ruang guru

3.4.2. Aspek Pemasaran

Tabel 3. 4 Strategi Marketing Mix

Produk	Harga	Lokasi Dan Distribusi	Promosi
Penentuan Logo dan Slogan	Daftar Harga	Saluran Distribusi	Free gift
Menciptakan Kemasan	Diskon	Lokasi	Membuat flash sale dan pemasangan iklan

Keputusan Label	Kemudahan Pembayaran	Cakupan pasar	Membuat konten Promosi
Variasi Produk		Transportasi	Membuat foto produk untuk katalog
			Membuat Copywriting

Sumber : Penelitian (2025)

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. Siklus PDCA memiliki 4 fase yang saling berkaitan, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Plan

Plan adalah tahapan perencanaan yang dimulai dengan identifikasi masalah dengan memanfaatkan teknik 5w, yaitu what, who, when, where dan why. Yang selanjutnya dilengkapi dengan teknik root cause analysis dan didalam tahap ini, penelitian membuat hipotesis masalah dan tujuan terlebih dahulu agar hasil yang diinginkan bisa terwujud.

b. Do

Dalam siklus ini, peneliti bisa mulai mengerjakan berbagai hal yang udah direncanakan.

c. Check

Peneliti harus melakukan pemeriksaan yang intensif. Tahapan check dilakukan dengan mengaudit, eksekusi, dan memantau, apakah rencana yang dijalankan sesuai dengan rencana awal.

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. Tahapan pada fase act akan terus berulang.

Tabel 3. 5 Tabel PDCA

<i>Plan</i>	<i>Do</i>	<i>Check</i>	<i>Act</i>
Identifikasi masalah melalui 5W+1H.	Menjalankan rencana yang sudah dibuat pada tahap awal identifikasi masalah & perencanaan awal	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 dilakukan.		Bila hasil evaluasi menunjukan tidak berhasil maka dilakukan pengulangan atau perbaikan kegiatan	Biasanya pada fase ini memuat tindakan yang sama pada fase “Do” yang berhasdil dilakukan.
Menetapkan tujuan yang ingin dicapai.			
Menetapkan hipotesis sementara bila ada rencana yang gagal.			

Sumber : Journal of quality management

3.4.4. Aspek Teknis atau Operasional

Aspek Teknis atau Operasional disebut juga aspek produksi. Analisis dari aspek ini adalah menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini meliputi masalah penentuan lokasi, luas produk, tata etak (Layout), penyusunan peralatan dan proses produksinya.

1. Lokasi

Agar perusahaan dapat menentukan lokasi usahanya diperlukan pertimbangan yang matang, pemilihan lokasi usaha terdiri dari kantor pusat, kantor cabang, gudang dan pabrik. Yang secara umum dipertimbangkan dalam menentukan lokasi usaha adalah sebagai berikut:

- a. Dekat dengan bahan baku.
- b. Dekat dengan pasar.
- c. Apakah dekat dengan kawasan industri.
- d. Apakah tersedia sarana dan prasarana transportasi .
- e. Kemudahan untuk melakukan ekspansi dan keluasan.
- f. Kondisi adat istiadat atau budaya atau sikap masyarakat setempat.
- g. Hukum yang berlaku di wilayah setempat .

2. Layout

Penentuan layout untuk usaha yang akan didirikan juga harus mempertimbangkan banyak faktor. Untuk menentukan bentuk dan penempatan sarana atau fasilitas yang sehingga lebih efisien dalam pengerjaan proses usaha.

3. Produksi

Sedangkan aspek produksi yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui proses input hingga output kegiatan produksi.

3.4.5. Aspek Finansial

Aspek finansial pada penelitian ini adalah aspek keuangan. Berbagai bidang bisnis/usaha sudah pasti memerlukan sejumlah modal, yang digunakan untuk membiayai suatu bisnis/ proyek. 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 (procced) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

1. Jika kas setiap tahun sama

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

2. Jika kas setiap tahun berbeda

$$PP = \frac{\text{Investasi} \rightarrow X \text{ 1 tahun}}{\text{Kas bersih/tahun bersangkutan}}$$

Dengan kriteria penilaian :

1. Jika $PP < \text{umur investasi}$, Maka dapat di terima.
2. Jika $PP > \text{umur investasi}$, Maka di tolak.

Kelemahan metode PP adalah:

1. Mengabaikan time value of money.
2. Tidak mempertimbangkan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian.

b. Net Present Value (NPV)

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

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

Dimana:

r = Suku bunga (discount rate)

Dengan kriteria penilaian :

1. Jika NPV positif , maka investasi dapat di terima
2. Jika NPV negatif, maka investasi tidak dapat di tolak

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.

$$\text{IRR} = \frac{i^1 + \text{NPV}^1}{\text{NPV}^1 \text{NPV}^2} \times (i^2 - i^1)$$

Di mana :

i^1 = Tingkat bunga 1 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV¹)

i^2 = Tingkat bunga 2 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV²)

Dengan kriteria penilaian :

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

Cara yang kedua untuk menghitung IRR adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{IRR} = P1 - C1 \frac{X^{P2-P1}}{C2-C1}$$

Dimana:

$P1$ = Tingkat bunga 1 $P2$ = Tingkat bunga 2

$$C1 = \text{Net present Value 1} \quad C2 = \text{Net present Value 2}$$

Penilaian usaha layak diterima atau tidaknya dari segi IRR, maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut:

1. Jika IRR lebih besar ($>$) dari bunga pinjaman, maka investasi diterima.
2. Jika IRR lebih kecil ($<$) dari bunga pinjaman, maka investasi ditolak.

d. Profitabilty Index (PI)

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

$$\mathbf{PI} = \frac{\sum pv \text{ kas bersih} \rightarrow X 100\%}{\sum pv \text{ kas investasi}}$$

Dengan kriteria penilaian :

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

