

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif merupakan studi penjajakan. Terutama dalam pemantapan konsep yang akan digunakan dalam ruang lingkup penelitian yang lebih luas dengan jangkauan konseptual yang lebih besar. Penelitian eksploratif mencoba menyediakan jawaban dari pertanyaan yang telah dirumuskan dalam masalah yang akan dijadikan prioritas dalam penelitian selanjutnya. Melalui penelitian eksploratif akan dihubungkan diantara gejala/fenomena sosial dan bagaimana bentuk hubungan itu.

Penelitian eksploratif bertujuan menemukan variabel yang berarti dalam situasi lapangan, menemukan hubungan diantara variabel-variabel dan meletakkan dasar kerja untuk penelitian selanjutnya yang lebih sistematis dan teliti. Oleh karena itu, penelitian eksploratif mempunyai fungsi strategis dalam kerangka penelitian yang lebih rumit dan kompleks dengan penggunaan sumber informasi baik primer maupun sekunder (Yusuf, 2017: 60-61)

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Iga Gepuk Bakar Cah Pekalongan” di Jl. Nusantara Raya RT 007 RW 015 Kelurahan Arum Jaya Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi Jawa Barat 17111. Penelitian ini berlangsung selama 6 (Enam) bulan yang diawali oleh kegiatan observasi lapangan pada bulan Maret 2023, dilanjutkan dengan pengajuan izin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2023

Tabel 3.1 Jadwal penyusunan 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 Awal																												
2	Pengajuan Izin																												
3	Persiapan Penelitian																												
4	Pengumpulan Data																												
5	Pengolahan Data																												
6	Analisis dan evaluasi																												
7	Penulisan Laporan																												
8	Seminar Hasil Penelitian																												

Sumber : Rencana penelitian (2023)

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen, pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah.

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data. Prosedur yang di pakai dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2020:203) Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono,2020:195).

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun dengan menggunakan telepon

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.

2. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang responden, maka peneliti dapat juga menggunakan wawancara tidak terstruktur. Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceriterakan oleh responden.

3.4 Sumber Data

Sumber data menurut Edi Riadi adalah subjek dari mana data itu diperoleh. Sumber data meliputi dua jenis yaitu :

- 1) Data Primer adalah data informasi yang diperoleh secara langsung dari Rico Arbianto sebagai pelaku usaha mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Iga Bakar Gepuk Cah Pekalongan dan Menengah baik yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan lainnya. Data primer diperoleh langsung dari objek atau tangan pertama dan dikumpulkan secara langsung dari sumbernya yang didapatkan dengan cara wawancara.
- 2) Data Sekunder adalah informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh beberapa orang (organisasi) untuk tujuan tertentu dan tersedia untuk berbagi penelitian. Data Sekunder ini meliputi buku atau dokumentasi yang berkaitan

dengan masalah, pendapat para ahli hukum dan laporan-laporan hasil penelitian tentang studi kelayakan bisnis.

3.5 Alat Analisis

3.5.1 Aspek Non-finansial

Teknik analisis penelitian yang dilakukan dalam aspek non-finansial ini adalah untuk menilai aspek pasar/pemasaran, aspek manajemen sumber daya manusia, aspek teknis/oprasi, dan aspek hukum

1. Aspek Hukum

Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan mengesahkan dokumen yang bersangkutan. Penelitian ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu terpenuhi. Bagi badan usaha yang akan dijalankan juga perlu dipersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan aspek hukum seperti badan hukum perusahaan yang dipilih seperti apakah Perseroan Terbatas (PT), firma, koperasi, atau Yayasan. (Kasmir & Jakfar, 2020:24)

2. Aspek Manajemen sumber daya manusia

Aspek manajemen merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan (Kasmir & Jakfar, 2020:168)

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) Adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Hasibuan (2020:10)

3. Aspek Teknis/Operasi

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apa bila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalannya dikemudian hari.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, proses produksi dan tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas sendiri. hal – hal yang berkaitan dengan keuntungan. Jadi, analisis dari aspek operasi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi, dan layout serta kesiagaan mesin-mesin yang akan digunakan. (Kasmir & Jakfar,2020:150)

4. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran adalah meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasainya, serta bagaimana strategi yang akan dijalankan nantinya (Purnamawati, 2017:10)

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. (Kasmir & Jakfar ,2020:43)

3.5.2 Aspek Finansial

Aspek finansial/keuangan adalah aspek yang berhubungan dengan situasi keuangan suatu usaha dari sisi investasi pertama dan jumlah keuntungan yang akan didapatkan berasal dari penjualan barang maupun jasa:

1) *Payback period (PP)*

Metode *payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*intitial cash invesment*) dengan menggunakan aliran kas. Dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara intitial cash invesment dengan cash in flownya yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan maximum payback period yang dapat diterima (Umar,2015:197)

Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (*period*) pengembalian investasi suatu proyek/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).

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

Dengan kriteria penilaian

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

2) *Net Present Value (NPV)*

Net present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antar PV dan bersih (*PV of proceed*) dan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan net present value (NPV)

Untuk menghitung NPV, terlebih dahulu kita harus tahu berapa PV kas bersihnya. PV kas bersih dapat dicari dengan jalan membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu. (Kasmir & Jakfar,2020:103-104)

Rumusan yang biasa digunakan dalam menghitung NPV sebagai berikut

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t}$$

Setelah memperoleh hasil-hasil yang dengan:

1. NPV positif, maka investasi diterima
2. NPV negatif, sebaliknya investasi ditolak

3) *Internal Rate of Return*

IRR digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara *present value* dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari investasi proyek. Rumusnya sebagai berikut:

Dinama:

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{\text{cash flow}}{(1+r)^t}$$

n : periode terakhir di mana cash flow diharapkan

r : tingkat bunga yang akan menjadikan PV dari kas bersih sama dengan present value

- a) Jika $IRR \geq$ tingkat keuntungan yang dikehendaki, maka usaha dinyatakan layak.
- b) Jika $IRR <$ tingkat keuntungan yang dikehendaki, maka usaha dinyatakan tidak layak.

4) *Profitability Index (PI)*

Profitability index (PI) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi (Kasmir & Jakfar, 2020:108)

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

Kesimpulannya

Apabila $PI > 1$ maka di terima

Apabila $PI < 1$ maka di tolak