

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Eksploratif

Menurut Umar (2014:33) penelitian eksploratif merupakan riset yang dilakukan sifatnya hanya melakukan eksplorasi, yaitu berusaha mencari ide-ide atau hubungan-hubungan baru, sehingga dapat dikatakan bahwa riset ini bertitik tolak dari literatur, bukan dari fakta. Desain riset ini dapat dianggap sebagai langkah pertama yang diharapkan dapat dipakai untuk merumuskan persoalan di mana pemecahannya dapat menggunakan jenis riset lain. Penelitian ini literatur tidak memerlukan teorisasi dan hipotesis serta bekerja pada satu literatur saja.

Penelitian yang bersifat menjelajah, bertujuan untuk memperdalam pengetahuan mengenai suatu gejala tertentu, atau mendapatkan ide-ide baru mengenai gejala itu, dengan maksud untuk merumuskan masalahnya secara lebih terperinci atau untuk mengembangkan hipotesis. Dalam hal ini masalahnya sangat terbuka dan belum ada hipotesis (Ulber, 2012:26)

Jadi, penelitian eksploratif adalah salah satu jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian, karena penelitian belum memiliki gambaran akan definisi atau konsep penelitian. Penelitian eksploratif merupakan sebuah penelitian yang ingin menggali sesuatu hal yang baru, yang belum diketahui oleh banyak orang, sehingga peneliti ingin mengkaji lebih dalam, yang menyangkut fenomena masa lalu ataupun terkini.

3.2 Data yang Diperlukan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok. Data primer merupakan data yang sesuai dengan masa sekarang yang merupakan hasil dari wawancara atau melalui hasil dari pengisian kuesioner yang biasa

dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan hasil dari data primer yang telah diolah dan disajikan baik dari pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

Data primer diperoleh langsung dari pemilik budidaya udang hias Galaxy Aquatis Farm dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan pengamatan (observasi) langsung di tempat usaha. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan dan laporan penjualan serta literature yang relevan dengan penelitian berupa buku-buku, hasil penelitian terdahulu dan publikasi elektronik (internet).

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha budidaya udang hias Galaxy Aquatis Farm yang beralamat di Kampung Lokapurna RT 01 RW 08 Desa Gunung Sari Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor.

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 observasi														■	■									
7	Penulisan laporan																	■	■	■	■				
8	Seminar hasil																								■

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*In depth interview*) dan observasi ke tempat usaha secara langsung. Menurut Umar (2014:49) di dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpul datanya, yaitu :

1. Wawancara

Menurut Lexy (2021:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung, dengan cara memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

2. Observasi

Observasi adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi apapun dari suatu peristiwa dengan cara mengamati secara langsung. Segala ilmu pengetahuan merupakan dasar dari semua peristiwa atau aktivitas yang terjadi baik di dalam lingkup kecil maupun dalam lingkup yang lebih besar.

3. Studi Literatur

Serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian (Zed, 2008:3)

3.5 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi aspek nonfinansial dan aspek finansial. Aspek nonfinansial terdiri dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti *profitability index* (PI), *intern rate of return* (IRR), *net present value* (NPV), dan *payback period* (PP).

Tabel 3.2 Data Yang Diperlukan Untuk Alat Analisis

ASPEK	SUB ASPEK	Data Yang Diperlukan
Non Finansial	Hukum	1. Nomor Pokok Wajib Pajak 2. Izin usaha dan lingkungan sekitar
	Pasar dan Pemasaran	1 Daftar produk 2 Daftar harga 3 Jalur distribusi
	Teknis/operasi	1 Data pesanan 2 Data pakan udang 3 Data kebutuhan perawatan udang
	Manajemen	1 Data rencana pengembangan usaha 2 Data sumber daya alam
Finansial	<i>profitability index (PI)</i>	1. Laporan keuangan 1 tahun terakhir 2. Laporan investasi 3. Biaya investasi 4. Biaya operasional 5. Data pendapatan
	<i>intern rate of return (IRR)</i>	
	<i>net present value (NPV)</i>	
	<i>payback period (PP)</i>	

3.5.1 Aspek Non Finansial

A. Aspek Hukum

Kasmir dan Jakfar (2020:24) Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi.

Tabel 3.3 Aspek Hukum

Nama dokumen	Ada/tidak
TDP	
KTP	
NPWP	
SIUP	
Domisili	
IMB	

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Terdapat pengkategorian dalam pasar untuk memudahkan dalam mempelajari pasar itu sendiri. Agar lebih mudah, terdapat 5 faktor penting dalam struktur pasar menurut web Kemendikbud :

1. Jumlah atau banyaknya perusahaan dalam pasar
2. Jenis barang yang diperjual-belikan
3. Mudah-tidaknya perusahaan masuk ke pasar
4. Kemampuan penjual dan pembeli dalam mempengaruhi pasar
5. Informasi serta pengetahuan penjual dan pembeli terhadap pasar yang dihadapi

Tabel 3.4 Aspek Pasar

Pasar Persaingan Sempurna	Pasar Persaingan Tidak Sempurna		
	Monopoli	Monopolistik	Oligopsoni
Terdapat banyak pembeli dan penjual yang sudah mengetahui keadaan pasar	Seluruh penawaran pada barang, telah dikuasi oleh seorang penjual / sejumlah penjual tertentu	Banyak penjual yang menjual barang dengan berbeda corak	Terdiri dari beberapa penjual yang menjual barang tertentu, yang dapat memengaruhi harga

4P dalam pemasaran yang terdiri atas :

1. Produk (*product*) berupa barang yang dapat dibeda-bedakan atau diklarifikasikan menurut macamnya.
2. Harga (*price*) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.
3. Distribusi (*place*) yaitu sekelompok organisasi yang terlibat dalam proses yang memungkinkan tersedianya produk bagi pengguna atau konsumen.
4. Promosi (*promotion*) adalah proses mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar produk tersebut terkenal dan pada akhirnya dibeli/dikonsumsi.

C. Aspek Teknis/Operasi

Sugiyanto (2020:65) penilaian terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan ini menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi perusahaan, yang perlu diperhatikan dalam aspek ini yaitu masalah manajemen operasional. Dalam aspek ini, penulis akan mencoba menjelaskan mulai dari tahap input, tahap proses, hingga output yang dihasilkan.

3.5 Tabel Aspek Teknis dan Operasi

Input	Proses	Output
Pemilihan bibit udang hias <i>red bee</i> dan <i>black bee</i>	Pemberian pakan dan menjaga kualitas air	Pemanenan udang saat udang telah mencapai usia tertentu

D. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha, baik menyangkut SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan yang harus disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam aspek ini, penulis mencoba untuk melakukan analisis sebagai berikut :

3.6 Tabel Aspek Manajemen

<i>Planing</i> (perencanaan)	<i>Organizing</i> (pengorganisasian)	<i>Actuating</i> (pelaksanaan)	<i>Controlling</i> (pengawasan)
Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan perencanaan	Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan pengorganisasian	Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan pelaksanaan	Untuk menganalisa apakah perusahaan sudah melakukan pengawasan

3.5.2 Aspek Finansial

A. *Payback period (PP)*

Payback period adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain, *payback period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback period* yang dapat diterima.

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bisnis}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa cepat pengambilan investasi. Kriteria penilaian kelayakan bisnis berdasarkan *payback period* adalah apabila *payback period* lebih kecil dari periode investasi, maka usulan investasi layak dilanjutkan. Sebaliknya apabila *payback period* lebih besar dari periode investasi, maka usulan investasi tidak layak dilanjutkan.

B. *Net present value (NPV)*

Net present value yaitu selisih antara *present value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) di masa yang akan datang.

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

Dimana :

CF = aliran kas per tahun pada periode t

i = investasi awal pada tahun 0

r = suku bunga (*discount rate*)

Kriteria yang digunakan dalam NPV adalah :

- Jika $NPV = 0$ (nol), maka investasi usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau kata lain usaha tidak untung maupun rugi.
- Jika $NPV = -$ (negatif), maka investasi usaha tersebut rugi atau hasilnya dibawah tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usaha proyek ditolak.

- c. Jika NPV = + (positif), maka investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya melebihi tingkat bunga yang dipakai, dengan kata lain usulan proyek diterima.

C. *Internal rate of return (IRR)*

Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa mendatang atau penerimaan kas, dengan menggunakan investasi awal.

$$IRR = i \frac{NPV}{NPV_1 - NPV_2} (i_1 - i_2)$$

Dimana :

i_1 = tingkat bunga 1

i_2 = tingkat bunga 2

NPV_1 = *net present value 1*

NPV_2 = *net present value 2*

Kriteria penilaian kelayakan investasi berdasarkan IRR :

- a. Apabila $IRR >$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi layak
 - b. Apabila $IRR <$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi tidak layak
- Semakin tinggi IRR maka semakin menarik investasi tersebut.

D. *Profitability index (PI)*

Pemakaian metode *profitability index (PI)* ini caranya adalah dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan.

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

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI adalah :

1. Jika $PI >$, maka investasi dikatakan layak
2. Jika $PI <$, maka investasi dikatakan tidak layak
3. Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP