

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah berbagai hal seperti orang, proses, aktivitas ataupun organisasi yang menjadi bahan kajian dalam sebuah penelitian (Arikunto, 2012). Perusahaan POLITUR GAZEBO akan berlokasi di Jl.Kapas Utara III Block I / 167 Genuk Indah (Kode Pos 50114).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh calon konsumen politur. Sampel penelitian ini adalah 40 orang calon konsumen politur, 2 distributor resmi politur indian dan politur boyo dan 4 toko bangunan dan toko sangkar burung yang menjual politur Indidan dan politur Boyo.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan tentang hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yaitu perencanaan bisnis. Data tersebut diharapkan dapat digunakan untuk pemecahan masalah pengambilan suatu keputusan. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer diperoleh dengan melakukan kuesioner dengan pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian.
- 2) Untuk data sekunder diperoleh melalui buku-buku, laporan, artikel, jurnal, dan statistik dari dan sebagainya

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dengan variabel yang telah diketahui oleh peneliti. Kuesioner digunakan untuk responden yang jumlahnya lebih besar. Pernyataan pada kuesioner bisa tertutup ataupun terbuka. Kuesioner diberikan kepada 40 orang calon konsumen politur.

3.4.2 Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung orang atau peristiwa dalam lingkungan kerja dengan mencatat informasi (Sugiyono, 2013). Observasi ada dua yaitu dengan pengamatan nonpartisipan dan pengamatan partisipan. Pengamatan nonpartisipan adalah pengamat tidak terlibat secara langsung melainkan hanya mengamati kegiatan yang berlangsung, sedangkan pengamatan partisipan adalah pengamat berpartisipasi atau terjun secara langsung dalam sebuah kegiatan yang berlangsung.

3.4.3 Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan dan mendapatkan data jawaban dari orang pertama dalam bentuk narasi secara lisan. Wawancara dilakukan kepada 2 distributor resmi politur Indian dan politur Boyo serta 2 toko bangunan dan 2 toko sangkar burung yang menjual politur Indian dan politur Boyo.

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dilakukan untuk data-data yang disajikan secara deskriptif antara lain :

1. Rencana pasar dan pemasaran yang merupakan aspek-aspek yang dikaji rencana pasar dan pemasaran meliputi potensi pasar, strategi pemasaran

yang meliputi bauran pemasaran (*marketing mix*), dan STP (*segmenting, targeting, positioning*).

2. Rencana manajemen operasi *Operations Management* (OM) adalah serangkaian aktivitas untuk menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui transformasi *input* menjadi *output*. Aktivitas merupakan proses atau sekumpulan kegiatan yang memerlukan satu atau lebih dari input, merubah dan menambah nilai pada input tersebut, sehingga dapat memberikan satu atau lebih *output* bagi pelanggan. Input terdiri atas sumber daya manusia (tenaga kerja), modal (peralatan dan fasilitas), pembelian bahan baku dan jasa, tanah dan energi. Sedangkan *output*nya adalah barang dan jasa.
3. Rencana manajemen sumber daya manusia yang merupakan kajian terhadap rencana manajemen dan organisasi meliputi pemilihan bentuk perusahaan (aspek legalitas), kebutuhan tenaga kerja, struktur organisasi, deskripsi dan spesifikasi kerja
4. Rencana analisa finansial yang merupakan aspek-aspek yang digunakan dalam rencana keuangan meliputi asumsi perhitungan finansial, biaya investasi, proyeksi laba dan rugi, proyeksi arus kas, kriteria kelayakan investasi, dan analisis sensitivitas. Analisis kuantitatif finansial/keuangan dilakukan untuk data-data yang diolah dengan menggunakan Metode *Net Present Value*, dan Metode *Net Benefit Cost Ratio*.

Tabel 3.1
Jenis dan Sumber Data

Aspek yang diteliti	Data	Keterangan	Jenis Data	Metode pengumpulan Data	Sumber
Aspek Hukum	Surat Izin Usaha Perdagangan	Ijin	Data primer	Wawancara	Dinas Perdagangan Kota Semarang
	Tanda Daftar Perusahaan	Ijin	Data primer	Wawancara	
	NPWP	Ijin	Data primer	Wawancara	

Aspek yang diteliti	Data	Keterangan	Jenis Data	Metode pengumpulan Data	Sumber
	Nomor Induk Berusaha (NIB)	Ijin	Data primer	Wawancara	
Aspek Pemasaran	<i>Segmenting</i>	Demografis (usia, jenis kelamin)	Data primer	Observasi	Responden yang dibagi kuesioner
		Geografis (Masyarakat di Genuk)	Data primer	Kuesioner	Masyarakat Genuk yang memakai politur
		Perilaku	Data primer	Observasi	Responden yang dibagi kuesioner
	<i>Targeting</i>	Memilih target yang potensial	Data primer	Observasi	Hasil dari data segmentasi
	<i>Positioning</i>	Kelebihan yang dimiliki	Data primer	Observasi pesaing	Produk Politur Boyo dan Politur Indian
	Bauran pemasaran	Produk	Data primer	Observasi pesaing	Kualitas produk yang ditawarkan pesaing
		<i>Price</i>	Data primer	Observasi pesaing	Harga yang ditawarkan pesaing
		<i>Place</i>	Data primer	Observasi	Tempat distribusi
		<i>Promotion</i>	Data primer	Observasi	Prilaku masyarakat
	Aspek operasional	Lokasi	Lokasi operasi	Data primer	Observasi
Volume operasi		Kemampuan produksi	Data primer	Observasi	Kecakapan SDM
Mesin dan peralatan		Mesin dan peralatan yang digunakan	Data primer	Observasi	Peralatan yang digunakan
Bahan baku dan bahan penolong		Bahan yang digunakan untuk produksi	Data primer	Observasi	Bahan baku
Tenaga kerja		Jumlah tenaga kerja	Data primer	Observasi	Kebutuhan SDM
Tata letak		Tata ruang yang dibutuhkan untuk produksi	Data primer	Observasi	Kemudahan menggunakan

Aspek yang diteliti	Data	Keterangan	Jenis Data	Metode pengumpulan Data	Sumber
Aspek SDM	Identifikasi kebutuhan tenaga kerja	Jumlah tenaga yang dibutuhkan	Data primer	Observasi	Tingkat kesulitan pekerjaan
	Rekrutmen	Pembukaan lowongan kerja	Data primer	Observasi	Sesuai jumlah yang dibutuhkan
	Deskripsi pekerjaan	Gambaran dari pekerjaan karyawan	Data primer	Observasi	Politur Boyo dan Politur Indian
	Pelatihan	Pemberian program pelatihan yang mendukung kompetensi	Data primer	Observasi	Politur Boyo dan Politur Indian
	Sistem upah	Sistem gaji, upah, insentif	Data primer	Observasi	Politur Boyo dan Politur Indian
Aspek Keuangan	Kebutuhan dana	Data keuangan perusahaan	Data perkiraan	Perhitungan	Berdasarkan aspek operasi
	Sumber dana		Perkiraan dana	Perhitungan	Aset pribadi
	Proyeksi neraca		Laporan keuangan	Perhitungan	Perkiraan pendapatan dan pengeluaran
	Proyeksi laba rugi		Laporan keuangan	Perhitungan	Perkiraan laba rugi
	Proyeksi aliran kas		Laporan keuangan	Perhitungan	Perkiraan aliran kas

1. Aspek Hukum

Aspek ini diteliti dengan menanyakan legalitas dan ijin usaha Politur Gazebo dengan indikator sebagai berikut :

- a. Surat Izin Usaha Perdagangan
- b. Tanda Daftar Perusahaan
- c. NPWP
- d. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Analisis pada aspek hukum ini dilakukan dengan melalui checklist untuk mengetahui kelengkapan ijin usaha Politur Gazebo.

2. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran akan menggunakan analisis kualitatif untuk menggambarkan tentang *segmenting, targeting, positioning, marketing mix*. Selain itu juga menggunakan analisis kuantitatif untuk menggambarkan proyeksi penawaran dan proyeksi permintaan serta biaya pemasaran. Jalur distribusi politur yang akan dilakukan adalah Politur Gazebo memasarkan produknya dengan menjualnya langsung ke toko-toko bahan bangunan dan toko sangkar burung untuk pengambilan partai dan tidak menjual langsung ke konsumen akhir. Analisis data untuk aspek pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Membagikan kuesioner kepada konsumen terhadap indikator aspek pemasaran. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen meliputi:
 - 1) Kesesuaian manfaat produk yang diberikan kepada konsumen
 - 2) Harga produk
 - 3) Harga produk pesaing
 - 4) Kualitas produk
 - 5) Deskripsi pasar politur di Semarang
- b. Melakukan wawancara kepada pemilik toko bahan bangunan dan toko sangkar burung terhadap indikator aspek pemasaran. Wawancara yang dilakukan meliputi :
 - 1) Jenis pasar
 - 2) Bentuk penjualan saat ini
 - 3) Kondisi pasar (apakah *over supply* atau *under supply*)
 - 4) Gambaran pesaing
 - 5) Segmen
 - 6) Target pasar
 - 7) Posisi di pasar
 - 8) Keunggulan kompetitif perusahaan dilihat dari Product, Price, dan Positioning
- c. Melakukan rekap kuesioner untuk mengetahui gambaran persepsi responden terhadap indikator aspek pemasaran.

- d. Melakukan rekap wawancara dari pemilik toko bahan bangunan dan toko sangkar burung terhadap indikator aspek pemasaran untuk memperkuat hasil kuesioner.

Analisis dilakukan dengan membandingkan jawaban dari kuesioner untuk konsumen dengan hasil wawancara pemilik toko bahan bangunan dan toko sangkar burung dan membuat kesimpulan dari kesamaan jawaban kuesioner dan wawancara tersebut.

3. Aspek Operasi

Dalam aspek operasi, analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif untuk menggambarkan pemilihan lokasi usaha, penetapan layout produksi, proses produksi, kapasitas produksi, pengadaan bahan baku, seleksi supplier dari Politur Gazebo.

Menurut (Heizer & Render, 2015), aspek produksi atau aspek operasional yang meliputi aspek sebagai berikut :

- a. Layout produksi

Tata letak produksi dan penjualan yang tersedia di outlet berpengaruh terhadap persepsi pelanggan atas suatu perusahaan sehingga layout menjadi sangat penting.

- b. Pemilihan lokasi usaha

Analisa pemilihan lokasi usaha yang dianggap sesuai untuk produksi politur yaitu di Genuk Indah.

- c. Proses produksi

Proses produksi adalah proses pembuatan politur mulai dari bahan baku hingga menjadi produk yang siap untuk dijual di pasaran.

- d. Kapasitas produksi

Kapasitas produksi menunjukkan jumlah politur yang dapat dihasilkan dalam satu hari produksi.

- e. Pengadaan bahan baku

Pengadaan bahan baku adalah rencana persiapan stok bahan baku, daftar bahan baku dan jumlah minimal bahan baku yang tersedia di perusahaan.

f. Seleksi Supplier

Seleksi supplier adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memilih supplier yang dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan bahan baku dari Politur Gazebo.

4. Aspek SDM

Aspek SDM akan menganalisis tentang identifikasi kebutuhan SDM, perekrutan dan seleksi, *job description* dan struktur organisasi dari Politur Gazebo. Rencana bisnis yang akan diimplementasikan melalui pembangunan proyek bisnis secara rutin memerlukan kelayakan aspek SDMnya yakni

a. Rekrutmen

Rekrutmen adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dengan perencanaan kepegawaian.

b. Job description

Job description adalah sebuah kumpulan informasi jabatan dan disusun secara sistematis yang diperoleh melalui job analysis yang dapat mengidentifikasi dan menguraikan suatu jabatan atau posisi tertentu

5. Aspek Keuangan

Aspek keuangan akan menganalisis tentang kebutuhan akan modal, sumber modal, biaya operasional, laporan keuangan yang berisi HPP, neraca, laporan arus kas dan laporan laba rugi, analisis kelayakan keuangan perusahaan yang terdiri dari NPV, IRR, PP, PI.

a. Kebutuhan investasi

Kebutuhan investasi meliputi daftar peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh perusahaan agar dapat melakukan operasional, nilai

dari peralatan dan perlengkapan serta penyutusan dari perlengkapan dan peralatan.

b. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produksi adalah berbagai jenis biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk jasa yang dipasarkan. Untuk mengetahui Harga Pokok Produksi (HPP) dapat digunakan rumus sebagai berikut :

HPP Total = Biaya Buku Pedoman + Biaya Tenaga Kerja + BOP

HPP per unit = HPP Total / Kapasitas produksi

c. Metode *Net Present Value* (NPV)

Metode ini adalah metode yang mengurangi nilai sekarang dari uang dengan aliran kas bersih operasional atas investasi selama umur ekonomis termasuk terminal *cash flow* dengan *initial cash flow* (*initial investment*). Rumus NPV adalah

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i)^t}$$

Keterangan :

NPV = net present value

B_t = benefit (manfaat)

C_t = cost (biaya)

i = tingkat bunga bank yang berlaku

Kriteria pengukurannya adalah

i. $NPV > 0$, maka investasi dikatakan layak (*feasible*)

ii. $NPV < 0$, maka investasi dikatakan tidak layak (*not feasible*)

iii. $NPV = 0$, maka investasi berada pada posisi *Break Event Point* (BEP).

d. Metode Internal Rate of Return

IRR adalah nilai *discount rate* i yang membuat NPV dari proyek sama dengan nol. *discount rate* yang dipakai untuk mencari *present value* dari suatu *benefit*/biaya harus senilai dengan *opportunity cost of capital* seperti terlihat dari sudut pandangan si penilai proyek. Konsep dasar *opportunity cost* pada hakikatnya merupakan pengorbanan yang

diberikan sebagai alternative terbaik untuk dapat memperoleh sesuatu hasil dan manfaat atau dapat pula menyatakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkannya. Kriteria penilaian yang dilakukan adalah: jika IRR yang diperoleh ternyata memiliki nilai lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan, maka investasi dapat diterima. Rumus IRR adalah

$$IRR = i_1 + \left[\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right] (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

NPV₁ = net present value positif

NPV₂ = net present value negatif

i₁ = tingkat discount rate yang menghasilkan NPV₁

i₂ = tingkat discount rate yang menghasilkan NPV₂

Kriteria pengukurannya adalah

i. IRR > i, maka investasi dikatakan layak (*feasible*)

ii. IRR < i, maka investasi dikatakan tidak layak (*not feasible*)

iii. IRR = i, maka investasi berada pada posisi *Break Event Point* (BEP).

e. Metode *Payback Period*

suatu metode untuk menentukan berapa lama suatu investasi akan kembali dengan mendisontokan cash inflow sebesar cash out capital.

Rumus PP adalah

$$Pp = \frac{I_0}{Ab} \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan :

Pp = Payback period

I₀ = investasi awal

A_b = manfaat (benefit) yang diperoleh setiap periode

Kriteria pengukurannya adalah

i. Jika payback period < umur ekonomis usaha, maka proyek layak dijalankan.

- ii. Jika $\text{payback period} > \text{umur ekonomis usaha}$, maka proyek tidak layak dijalankan.

f. Metode *Profitability Index* (PI)

profitability index dapat dihitung dengan membandingkan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar. Kriteria penilaian PI adalah: jika nilai PI lebih besar dari 1, usulan proyek dinyatakan layak, sebaliknya jika PI lebih kecil dari 1 usulan proyek dinyatakan tidak layak. Rumus PI adalah sebagai berikut :

$$PI = \frac{PV \text{ of Cash in Flow}}{PV \text{ of Investment}}$$

Keterangan :

PI + Profitability index
PV of Cash in Flow = Nilai sekarang dari arus kas
PV of investment = Nilai sekarang dari investasi

Kriteria pengukurannya adalah

- i. Jika $PI > 1$, maka proyek layak dijalankan.
- ii. Jika $PI < 1$, maka proyek tidak layak dijalankan.