

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif.

a. Metode Kualitatif

Metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dan peneliti memiliki peran penting dalam pengambilan sampel data. Sugiyono (2008) menyatakan data kualitatif digunakan untuk menganalisis segmen pasar, target pasar, posisi pasar, aspek operasi, dan aspek SDM.

b. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2008) dalam (Santoso, 2016) metode kuantitatif adalah alat untuk melakukan analisa proyeksi permintaan, proyeksi penjualan, hpp, volume operasi, aspek keuangan, dan aspek kelayakan.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bisnis kreatif ini berada di jalan Afa Permai, Semarang, Jawa Tengah.

3.3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kerajinan tangan dari tanah liat sintetis / clay.

3.6. Metode Analisa Permasalahan

Metode Analisa Permasalahan adalah metode untuk menyelesaikan masalah dari beberapa aspek yang akan digunakan dalam memulai perencanaan bisnis kreatif ini, antara lain:

1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, untuk mengetahui Segmenting, Targeting, Positioning (STP), dan Bauran Pemasaran.

2. Aspek Produksi / Operasi

Aspek produksi / operasi dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, untuk mengetahui lokasi usaha, volume produksi, tata letak, alat dan bahan dalam bisnis kerajinan tangan dari clay.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek SDM dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, untuk mengetahui rekrutmen, seleksi, kompensasi, dan pelatihan serta pengembangan sumber daya manusia.

4. Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk menghitung.

a. Payback Period (PP)

Payback period atau periode pembayaran kembali merupakan pengembalian investasi suatu proyek atau usaha dengan jangka waktu tertentu (periode).

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

Kriteria Penilaian:

Jika payback period memiliki waktu yang lebih pendek dari maximum payback periodnya, maka usulan investasi dapat diterima.

b. Net Present Value (NPV)

Net Present Value adalah selisih antara Present Value investasi dengan present value kas bersih. Untuk mencari NPV dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t} - I_0$$

Dimana:

NPV = Net Present Value (dalam rupiah)

CF_t = arus kas pertahun pada periode t

I₀ = nilai investasi awal (pada tahun ke 0)

K = suku bunga atau discount rate (%)

Kriteria Penilaian:

Jika nilai Net Present Value > 0, maka usulan investasi diterima

Jika nilai Net Present Value < 0, maka usulan investasi ditolak

Jika nilai Net Present Value = 0, maka usulan investasi hanya balik modal (tidak mengalami keuntungan dan tidak mengalami kerugian).

c. Internal Rate of Return (IRR)

Metode ini dilakukan untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern atau menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa mendatang. Rumus untuk mencari IRR sebagai berikut:

$$IRR = P_1 - C_1 \times \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1}$$

Dimana:

P₁ = tingkat bunga 1

P₂ = tingkat bunga 2

C₁ = NPV 1

C₂ = NPV 2

Kriteria penilaian:

Jika IRR > bunga pinjaman, maka investasi diterima

Jika IRR < bunga pinjaman, maka investasi ditolak

d. Profitability Index (PI)

Profitability Index menghitung perbandingan antara nilai sekarang dari penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang dengan pengeluaran investasi selama waktu investasi. Rumus untuk mencari profitability index sebagai berikut:

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

Kriteria penilaian:

Jika Profitability Index > 1, maka usulan diterima

Jika Profitability Index < 1, maka usulan ditolak

Tabel 3. 1

Table Jenis, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data.

Aspek yang diteliti	Data	Keterangan	Jenis Data	Metode Pengumpulan Data	Sumber

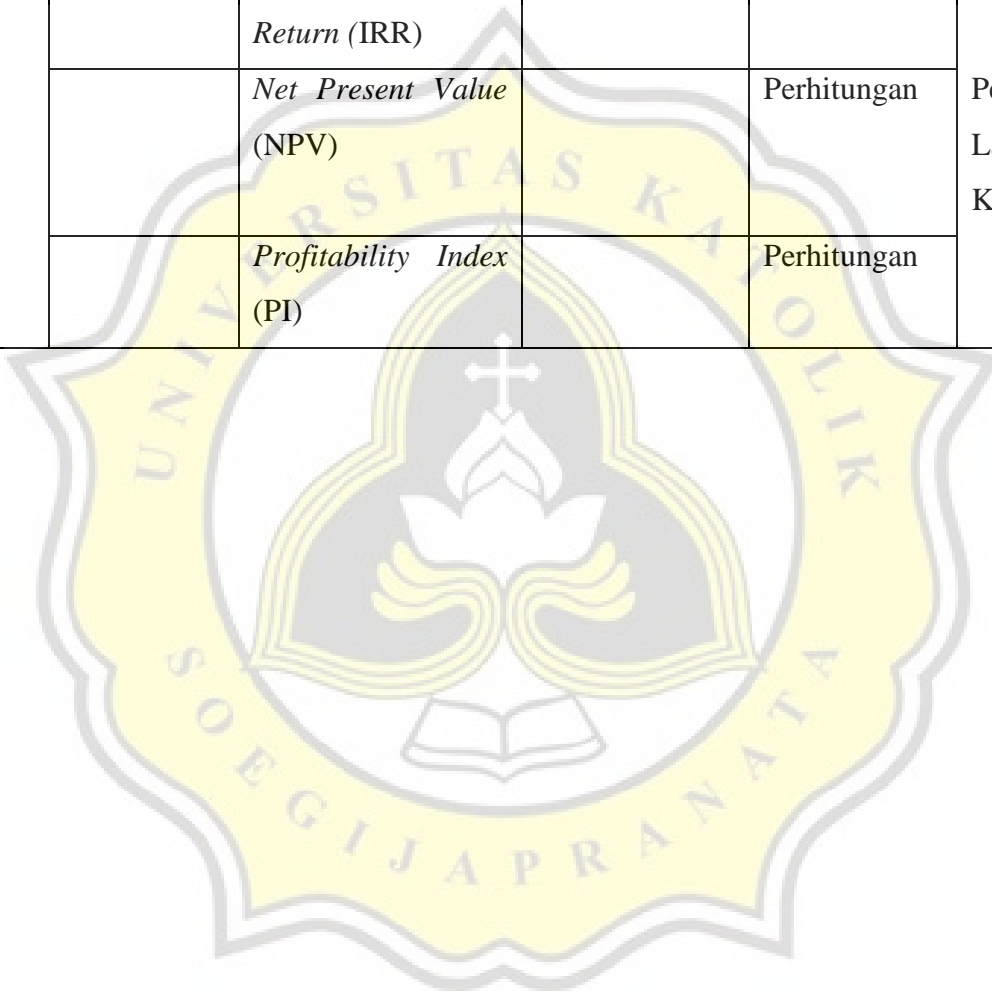
Aspek Pemasaran	Segmenting	Demografis (usia, jenis kelamin)	Data Primer	Pembagian Kuesioner	Calon konsumen yang membeli kerajinan Clay “Little Star’s Collection”
		Geografis (Masyarakat Kota Semarang)	Data Primer	Survey	Masyarakat kota Semarang,
		Psikografis (masyarakat penikmat kerajinan, kelas sosial, gaya hidup)	Data Primer	Pembagian Kuesioner	Masyarakat kota Semarang pada kalangan remaja sampai ibu rumah tangga
	Targeting	Menentukan target segmen yang memiliki potensi. Target konsumen adalah masyarakat kota Semarang	Data Primer	Pembagian Kuesioner	Penghobi kerajinan dan calon konsumen yang ingin membeli keajinan Clay “Little Star’s Collection”
	Positioning	Menentukan lokasi yang tepat untuk berjualan	Data Primer	Pembagian Kuesioner	Melihat tempat yang memiliki

				potensi untuk berjualan
Bauran Pemasaran	Produk (Kerajinan)	Data Primer	Melakukan penyebaran kuesioner	Kerajinan Clay seperti apa yang di sukai masyarakat
	Price	Data Primer	Melakukan survey	Melakukan pertimbangan harga sesuai dengan segmen di pasaran kerajinan Clay di kota Semarang
	Place	Data Primer	Melakukan observasi	Mencari lokasi yang strategis, yang berdekatan dengan pembelian bahan baku, dan berdekatan dengan konsumen
	Promotion	Data Primer	Melakukan penyebaran kuesioner	Untuk mengetahui promosi seperti apa yang diminati oleh konsumen

Aspek Operasi	Lokasi Usaha	Lokasi operasi kerajinan Clay	Data Primer	Observasi di jalan Afa Permai	Jalan Afa Permai
	Kapasitas Produksi	Jumlah produksi perhari kerajinan Clay	Data Primer	Perkiraan pesanan perhari	
	Tata Letak	Tata ruang yang didesain untuk kebutuhan penjualan	Data Primer	Memperkirakan kebutuhan dan bentuk ruangan	
	Mesin dan Peralatan	Mesin dan Peralatan yang dibutuhkan dalam produksi kerajinan Clay	Data Primer	Melakukan pengamatan apa saja yang dibutuhkan untuk usaha kerajinan Clay	-internet -usaha pesaing (kerajinan Clay)
	Bahan baku	Bahan-bahan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan kerajinan Clay	Data Primer	Survey di pasar	
Aspek SDM	Perencanaan SDM	Jumlah tenaga kerja, peraturan kerja, struktur dalam organisasi	Data Primer	Modul Manajemen Operasional 2018	

	Rekrutmen	Membuka lowongan kerja dengan kriteria yang telah ditentukan	Data Primer	Modul Manajemen Operasional 2018	
	Seleksi	Melakukan penyaringan terhadap pelamar kerja yang sesuai dengan kriteria	Data Primer	Modul Manajemen Operasional 2018	
	Kompensasi	Memberikan imbalan atau gaji kepada karyawan	Data Primer	Modul Manajemen Operasional 2018	
	Pelatihan dan pengembangan	Mengasah keterampilan dan kreativitas dalam membuat kerajinan Clay	Data Primer	Modul Manajemen Operasional 2018	
Aspek Keuangan	Sumber Dana	Modal Pribadi	Perkiraan Dana yang diperlukan	Perhitungan	Modal Pribadi
	Kebutuhan Dana	Modal awal untuk mendirikan usaha kerajinan Clay "Little Star's Collection"	Perkiraan Data	Perhitungan	
	HPP		Data Primer		

Proyeksi Aliran kas		Laporan Keuangan	Perhitungan	Perkiraan aliran kas pada usaha ini
Analisis Kelayakan	<i>Payback Period</i> (PP)		Perhitungan	Perkiraan Laporan Keuangan
	<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)		Perhitungan	
	<i>Net Present Value</i> (NPV)		Perhitungan	
	<i>Profitability Index</i> (PI)		Perhitungan	



3.4. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Menurut Danang Sunyoto (2013) dalam (Pakasi, 2015) data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti guna menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Contoh sumber data primer adalah observasi, wawancara, dan melakukan survey dengan membagikan kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Danang Sunyoto (2013) data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya. Contoh data sekunder adalah dokumentasi perusahaan, web, internet, sosial media, dan lain-lain. Akan tetapi pada penelitian ini tidak menggunakan data sekunder.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian ini menggunakan dilakukan dengan observasi dan survey. Observasi adalah metode pengambilan data secara langsung dengan mengamati suatu objek yang ingin diteliti. Survey adalah metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisisioner berupa pertanyaan – pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh responden, hal ini bertujuan mengetahui respon konsumen terhadap sesuatu yang dirasakan.