

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan obyek penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil obyek penelitian pengusaha dibidang tas kulit yang bernama *Aikori Leather Bag*. Usaha ini berlokasi di Jalan Tampomas Selatan 1 no.12, Semarang, Jawa Tengah dan Gedung UMKM Centre di Jalan Setiabudi no. 192, Semarang. Jawa Tengah.

Alasan peneliti memilih obyek *Aikori Leather Bag* adalah *Aikori Leather Bag* merupakan salah satu UMKM penghasil tas kulit di Semarang dengan produk yang berkualitas serta *Aikori Leather Bag* sudah berjalan selama 5 tahun maka perlu disediakan strategi untuk mempertahankan usahanya di masa mendatang.

3.2. Populasi dan sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal yang minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah Bapak Slamet Rianto sebagai pelaku usaha *Aikori Leather Bag*, pesaing, pengrajin tas kulit, pemasok bahan baku kulit dan konsumen tas kulit yang berdomsili di kota Semarang.

3.2.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yaitu terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling* atau pengambilan sampel bertujuan.

Purposive sampling atau pengambilan sampel bertujuan merupakan pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan karena memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2006). Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 35 orang yang terdiri dari pemilik usaha *Aikori Leather Bag*, 2 pemasok bahan baku kulit, 2 pengrajin tas kulit dan 30 orang dengan spesifikasi tertentu yaitu konsumen tas kulit yang berdomisili di kota Semarang, berjenis kelamin wanita, kalangan menengah ke atas, usia 20 tahun hingga 39 tahun.

3.3. Metode pengumpulan data

3.3.1. Jenis dan sumber data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran,

2006), sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Data primer diperoleh secara langsung dari usaha *Aikori Leather Bag*, pesaing, pemasok, pengrajin serta konsumen tas kulit di Semarang untuk mengetahui kelayakan rencana pengembangan bisnis dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini, sumber data didapatkan dari pemilik *Aikori Leather Bag*, pesaing, pemasok, pengrajin dan konsumen tas kulit di Semarang.

Data Sekunder diperoleh dari dokumentasi Bank mengenai tingkat suku bunga bank, jenis-jenis tas, serta jenis fitur pada tas.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi.

- a. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi mengenai isu yang diteliti yaitu dapat dilakukan secara bertatap muka, melalui telepon atau

online (Sekaran, 2006). Wawancara akan dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha *Aikori Leather Bag*, pesaing, pemasok, dan pengrajin untuk mengumpulkan informasi data primer mengenai aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan manajemen risiko.

- b. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati lingkungan, situasi dan aktivitas serta perilaku suatu kelompok yang kemudian dicatat atau direkam. (Sekaran, 2006)). Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data primer mengenai *segmenting, targeting, positioning*, bauran pemasaran, desain produk dan sebagainya.
- c. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dengan didefinisikan secara jelas (Sekaran, 2006). Kuesioner akan diberikan kepada 30 konsumen tas kulit di Semarang untuk mengumpulkan data primer tentang pendapat responden mengenai produk baru yang akan diproduksi.
- d. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa catatan tertulis atau gambar yang tersimpan mengenai suatu peristiwa yang sudah terjadi. Sebagian besar data tersedia dalam bentuk surat, laporan, peraturan, catatan

harian, biografi, simbol, artefak, foto, sketsa dan data lainya yang tersimpan (Djaelani, 2013).

3.4. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Dimana untuk analisis kualitatif, data yang diolah berupa dekriptif dan bukan berupa angka. Sedangkan untuk kuantitatif, data yang diolah berupa angka. Teknik yang digunakan untuk perencanaan sebuah usaha pada aspek pemasaran, produksi, dan keuangan adalah:

3.4.1. Ringkasan Eksekutif

Data yang didapatkan dari internet, observasi produk pesaing dan informasi dari Aikori Leather Bag akan dijadikan pertimbangan untuk membentuk sebuah ide usaha yang akan menjadi rencana pengembangan usaha Aikori Leather Bag. Ide pengembangan usaha akan dijelaskan didalam ringkasan eksekutif beserta tujuan ide pengembangan usaha.

3.4.2. Uraian Umum Usaha Aikori Leather Bag

Berisi data uraian umum tentang Aikori Leather Bag yang disusun setelah melakukan wawancara. Data ini akan digunakan lebih lanjut untuk menyusun aspek-aspek lainnya dalam rencana pengembangan bisnis Aikori Leather Bag.

3.4.3. Aspek Pemasaran

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan:

- a. Analisis kualitatif, untuk menganalisis mengenai segmentasi pasar, target pasar, positioning dan marketing mix. Data yang diperoleh akan dijadikan referensi dalam menyusun aspek pemasaran. Data juga akan dijadikan acuan mengenai segmen yang akan dipilih untuk menyusun segmentasi, target pasar, dan positioning. Untuk mengetahui keunggulan yang dimiliki produk baru maka di susunlah tabel 3.1.

Tabel 3.1
Bauran Pemasaran Pesaing, produk lama Aikori dan produk pengembangan usaha

Keterangan	Pesaing 1	Pesaing 2	Produk lama Aikori Leather Bag	Produk pengembangan usaha	kesimpulan
Harga					
Produk					
Lokasi					
Promosi					

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data yang telah didapatkan, data digunakan sebagai pembandingan ketika menyusun bauran pemasaran bagi produk baruyang akan disesuaikan dengan Aikori Leather Bag.

- b. Analisis Kuantitatif, digunakan untuk menganalisis biaya pemasaran.Observasi biaya - biaya yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan promosi yang telah di jelaskan pada bagian bauran pemasaran dan ditabulasikan.

Tabel 3.2

Jenis media dan biaya promosi

No.	Jenis media promosi	Biaya

Sumber: Data sekunder

Melakukan perhitungan total biaya yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan promosi yang telah di jelaskan pada bagian bauran pemasaran dengan menjumlahkan seluruh biaya yang akan dikeluarkan untuk media pemasaran seperti pemasangan iklan disebuah situs, pembuatan baliho, dan media promosi lainnya yang dibutuhkan oleh Aikori Leather Bag.

Biaya pemasaran : seluruh total biaya media pemasaran

Selain itu, menentukan peramalan permintaan atau forecasting dimana menggunakan metode trend least square yaitu dengan persamaan,

$$Y' = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Dimana;

a dan b adalah konstanta persamaan

n adalah jumlah data

x adalah periode waktu

perhitungan didasarkan pada data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik yaitu,

Tabel 3.3.

Penjualan produk *Aikori Leather Bag* tahun sebelumnya

Tahun	Produk yang sudah terjual	jenis Produk			
		tas wanita	dompet wanita	tas pria	dompet pria
2013	250	150	0	100	0
2014	248	149	0	99	0
2015	911	468	118	312	13
2016	1297	549	344	366	38
2017	1722	492	812	328	90
Rata-rata per tahun	886	362	255	241	28

Sumber: Data Primer

Tabel 3.4. Jumlah desain per jenis produk tiap tahunnya

Tahun	Jenis produk			
	Tas wanita	Dompot wanita	Tas pria	Dompot pria
2013	10	0	6	0
2014	26	0	13	0
2015	46	6	14	4
2016	78	12	15	8
2017	85	15	20	12
Rata –rata produk terjual	49	7	14	5

Sumber: Data Primer

Setelah hasil forecasting didapatkan maka dicarilah proporsi produk pengembangan usaha dengan rumus;

$$\text{proporsi} = \frac{\text{Jumlah unit produk tiap jenis}}{\text{Total keseluruhan produk}} \times 100\%$$

3.4.4. Aspek Produksi / Operasional

Teknik yang digunakan adalah

- a. Analisis kualitatif, untuk desain produk, desain proses, penentuan lokasi dan mitra kerja, .

a.1. Desain produk, informasi tentang desain produk

yang akan diproduksi didapatkan dari konsumen maupun pemilik Aikori Leather Bag dan akan diolah dalam bentuk tabulasi seperti dibawah ini. Untuk data konsumen mengenai jenis tas, harga, ukuran dan fitur akan dipilih sesuai dengan pemilihan terbanyak.

Tabel 3.5. Desain produk baru

Keterangan	Konsumen	Aikori Leather Bag
Jenis tas		
Harga		
Ukuran tas		

Sumber: Data primer yang diolah

Data yang didapatkan mengenai jenis tas, harga, dan ukuran tas diolah dengan memilih *voting* terbanyak dan kemudian disusunlah desain produk baru yang akan diproduksi dengan menyesuaikan keinginan Aikori Leather Bag.

a.2. Untuk desain proses dan kapasitas akan disusun sesuai dengan wawancara yang akan dilakukan pada pemilik Aikori Leather Bag.

a.3. Pengelolaan data mengenai memilih mitra kerja adalah dengan mentabulasikan data yang telah diterima dengan bentuk,

Tabel 3.6. Opsi Pengrajin

Keterangan	Pengrajin 1	Pengrajin 2
Biaya produksi tas yang telah ditentukan desainnya		
Ketersediaan bahan pelengkap		
Kapasitas produksi perbulannya untuk produk yang akan di produksi		
Sistem pengiriman		

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data yang telah diterima akan dibandingkan mana pengrajin yang paling menguntungkan bagi pihak Aikori Leather Bag berdasarkan kriteria yang ada. Pengrajin yang paling menguntungkan dipilih sebagai mitra kerja Aikori Leather Bag dalam memproduksi produk dengan desain baru.

Tabel 3.7. Opsi Pemasok

Keterangan	Pemasok 1	Pemasok 2
Harga bahan baku yang ditawarkan		
Ketersediaan bahan baku tiap bulannya		
Jumlah bahan baku yang tersedia setiap bulannya		
Proses transaksi		
Distribusi bahan baku		

Sumber: Data primer yang diolah

Kemudian akan dibandingkan antara pemasok 1 dan 2. Setelah itu akan dipilih yang paling menguntungkan diantara kedua opsi yang ada.

- b. Analisis Kuantitatif, untuk menentukan harga pokok produksi melalui perhitungan;

$$\text{“ HPP = biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + BOP ”}$$

Ket:

HPP = Harga Pokok Produksi

BOP = Biaya Overhead Pabrik

3.4.5. Aspek Sumber Daya Manusia

Teknik yang digunakan adalah analisis kualitatif pada aspek sumber daya manusia (perencanaan sumber daya manusia, rencana rekrutmen dan seleksi, penyusunan *job description*, *job specification* dan struktur organisasi) akan disusun berdasarkan persetujuan pemilik Aikori Leather Bag.

3.4.6. Aspek Keuangan

Teknik yang digunakan dalam aspek keuangan adalah analisis kuantitatif yang digunakan untuk menghitung modal awal, sumber modal, laporan keuangan, laporan laba/rugi, neraca dan analisis kelayakan yang dilihat dari Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) dan Profitabilitas Index (PI).

- a. Modal, menghitung seluruh biaya yang akan dibutuhkan untuk menjalankan rencana pengembangan usaha Aikori Leather Bag termasuk harga pokok produksi dan biaya pemasaran. Laporan aliran kas, menyusun laporan perkiraan aliran kas selama 5 tahun ke depan serta penjelasan tentang perubahan aliran kas yang akan terjadi.
- b. Laporan laba rugi, menyusun laporan perkiraan laba rugi yang didapatkan dari perhitungan pengeluaran dan pendapatan dalam suatu periode

- c. Neraca, menyusun perkiraan neraca yang didapat dari perhitungan aktiva, hutang dan modal dari perusahaan.
- d. Analisis kelayakan usaha

Kelayakan sebuah usaha dapat dihitung dari NPV, IRR, PI, dan PP, berikut cara perhitungannya;

1) NPV (Net Present Value)

Rumus :

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

Keterangan :

CF_t = aliran kas per tahun pada periode t

I₀ = investasi awal pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

Kriteria penilaian:

Jika NPV > 0, maka usulan proyek diterima

Jika NPV < 0, maka usulan proyek ditolak

Jika NPV = 0, nilai perusahaan tetap walau usulan proyek diterima maupun ditolak

2) IRR (*Internal Rate of Return*)

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

Keterangan:

t = tahun ke

n = jumlah tahun

I₀ = nilai investasi awal

CF = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

Rumus IRR untuk interpolasi adalah

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

Keterangan:

P₁ = tingkat suku bunga ke 1

P₂ = tingkat suku bunga ke 2

C₁ = NPV ke 1

C₂ = NPV ke 2

Kriteria *Internal Rate of Return* adalah:

Jika $IRR \geq$ tingkat suku bunga bank, maka proyek diterima

Jika $IRR <$ dari tingkat suku bunga bank, maka proyek tidak diterima

3) PI (Profitability Index)

$$PI = \frac{PV \text{ kas masuk}}{PV \text{ kas keluar}}$$

Kriteria :

Jika $PI > 1$, maka investasi menguntungkan,

Jika $PI < 1$, maka investasi tidak menguntungkan

4) PP (Payback Periode)

Rumus:

$$PP = \frac{\text{nilai investasi}}{\text{kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

3.4.7. Manajemen Risiko

Teknik yang digunakan adalah kualitatif yaitu dengan mengidentifikasi risiko yang akan dihadapi dalam rencana pengembangan usaha Aikori Leather Bag berdasarkan pengalaman pemilik Aikori Leather Bag sendiri. Kemudian menyusun cara mengatasi risiko yang akan dihadapi.

Manajemen risiko dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa tahap (Basuki,2008) yaitu,

1. Identifikasi masalah

Mengidentifikasi beberapa permasalahan yang mungkin akan terjadi dan berpotensi merugikan Aikori Leather Bag dan ditulis dalam bentuk *list*.

2. Inventaris data lapangan

Data berupa kejadian yang pernah dialami oleh Aikori Leather Bag ketika mengeluarkan produk baru pada 5

tahun sebelumnya. Data didapatkan melalui wawancara kemudian dituliskan dalam bentuk *list*.

3. *Assesment value at risk*

a) Identifikasi Hazard

Membuat list scenario kejadian yang berhubungan dengan faktor penyebab dan dampak yang potensial pada proses produksi produk yang baru, mulai dari tahap pembelian bahan baku hingga produk jadi.

Tabel 3.8

Identifikasi risiko produk pengembangan usaha

No	Dugaan risiko	Macam risiko	Nilai risiko

b) Penilaian risiko (evaluasi faktor-faktor risiko)

Dari data yang sudah didapatkan risiko, frekuensi terjadinya risiko, dan dampak risiko dapat dimasukkan kedalam matriks risiko (gambar 3.1) yaitu

		KEPARAHAN				
		Sangat Ringan	Ringan	Sedang	Berat	Sangat Berat
FREKUENSI	Sangat Sering	Sedang	Tinggi	Tinggi	Ekstrim	Ekstrim
	Sering	Sedang	Sedang	Tinggi	Tinggi	Ekstrim
	Sedang	Rendah	Sedang	Sedang	Tinggi	Ekstrim
	Jarang	Rendah	Sedang	Sedang	Tinggi	Tinggi
	Sangat Jarang	Rendah	Rendah	Sedang	Sedang	Tinggi

Keterangan:

Rendah	Perlu Aturan/Prosedur/Rambu
Sedang	Perlu Tindakan Langsung
Tinggi	Perlu Perencanaan Pengendalian
Ekstrim	Perlu Perhatian Manajemen Atas

Hasil dari matriks risiko yang telah teridentifikasi kemudian dimasukkan dalam table 3.6. Dalam penilaian risiko, fokus perhatian adalah pada faktor yang memiliki risiko tertinggi, dengan mengetahui nilai risiko atau indeks risiko, maka nilai tersebut dimasukkan dalam matrik risiko. Dari matrik risiko dapat diketahui tingkatan masing-masing risiko kemudian disusun seperti tabel berikut:

Tabel 3.9. Penilaian risiko produk pengembangan usaha

No.	Risiko	Frekuensi terjadinya resiko	Keparahan kerugian	Nilai Risiko
1				
2				

Lalu untuk menentukan Indeks risiko untuk masing-masing tingkatan risiko dikelompokkan sebagai berikut: (i) kelompok sangat rendah dengan indeks risiko 2 sampai 3, (ii) kelompok rendah dengan indeks risiko 4 sampai 5, (iii) kelompok menengah dengan indeks risiko 6, (iv) kelompok tinggi dengan indeks risiko 7 sampai 8, (v) kelompok sangat tinggi dengan indeks risiko 9 sampai 10.

Tabel 3.10. Peringkat risiko produk pengembangan usaha

No	Risiko	Indeks risiko	Kategori Risiko

4. Penyusunan mitigasi risiko

Dari tabel yang ada kemudian disusunlah mitigasi risiko atau upaya untuk mengurangi kemungkinan terjadinya dan dampak risiko yang disusun dalam tabel 3.7 seperti berikut:

Tabel 3.11. Mitigasi Risiko

No	Risiko	Kategori Risiko	Mitigasi Risiko

