

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang akan menjadi obyek penelitian adalah restoran makanan vegetarian yaitu Warung Makan Vege yang akan dibuat oleh peneliti yaitu bertempat pada Perum Telogosari Semarang.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dan pelaku usaha restoran pesaing yaitu Karuna dan Haha. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Sampel yang akan diambil adalah 10 orang konsumen restoran Karuna dan 10 orang konsumen restoran Haha serta pelaku usaha yaitu 1 orang pemilik restoran Karuna dan 1 orang pemilik restoran Haha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan syarat yang digunakan oleh peneliti.

Kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen restoran Karuna dan Haha
2. Konsumen telah melakukan pembelian lebih dari dua kali dalam satu bulan terakhir.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapatkan sebagai hasil interaksi dengan sumber data primer (Sugiyono, 2013). Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik restoran pesaing yaitu Karuna dan Haha untuk mengetahui aspek pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, hukum dan operasi. Selain itu data primer juga dapat diambil dari penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk mengetahui aspek pemasaran dan aspek lingkungan konsumen kelas menengah.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah proyeksi data keuangan yang didapatkan dari pencatatan laporan keuangan dan keterangan dari pemilik restoran Karuna dan Haha.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan langsung mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke restoran pesaing yaitu Karuna dan Haha.
2. Wawancara adalah cara memperoleh data dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada responden (Sugiyono, 2013) dari 1 orang pemilik restoran Karuna dan 1 orang pemilik restoran Haha.

3. Kuesioner adalah cara pengambilan data dengan menggunakan penyebaran angket kepada responden penelitian (Sugiyono, 2013). Responden penelitian yang diberikan angket adalah 10 orang konsumen restoran Karuna dan 10 orang konsumen restoran Haha.



**Tabel 3.1**  
**Tabel Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data**

<b>Jenis Data</b>	<b>Aspek</b>	<b>Data</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Metode</b>	<b>Sumber Data</b>
Data primer dan sekunder	Aspek pemasaran	Segmenting	Demografis (kecenderungan konsumen), geografis, nilai sosial	survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Targetting	Memilih bagian segmen yang paling potensial	survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Positioning	Masakan vegetarian untuk segmen menengah	Penentuan jenis masakan vegetarian, survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Proyeksi penawaran	Jumlah produk yang mungkin terjual	Survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha,
		Proyeksi Permintaan	Jumlah permintaan konsumen	survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Produk	Produk masakan vegetarian yang disukai oleh konsumen.	Survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Place	Lokasi restoran vegetarian	Survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian

Jenis Data	Aspek	Data	Keterangan	Metode	Sumber Data
				pemilik	Karuna dan Haha
		Promotion	Promosi penjualan yang paling efektif, biaya promosi: pembuatan MMT/brosur	Survey pesaing, desain promosi	Primer, Primascan
		Price	Harga mahal/murah	Survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen restoran vegetarian Karuna dan Haha
	Aspek Lingkungan	Gaya hidup	memakan makanan vegetarian sebagai bagian gaya hidup sehat	Survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Budaya	memakan makanan vegetarian sebagai suatu budaya bagi konsumen	Survey pesaing, kuesioner kepada konsumen dan wawancara kepada pemilik	Primer, konsumen dan pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Pembuangan limbah	kepedulian restoran terhadap lingkungannya dengan mengelola limbah makanan	wawancara kepada pemilik	Primer, pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha
	Aspek SDM	Identifikasi kebutuhan SDM	SDM yang dibutuhkan untuk kelancaran operasional	Survey pesaing	Primer, pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha

Jenis Data	Aspek	Data	Keterangan	Metode	Sumber Data
		Perekrutan dan seleksi	Seleksi dan rekrutmen karyawan	Studi literature	Primer, Adi Mardianto (2009). "Recruitment Handbook-Panduan praktis untuk Melakukan Rekrutmen dan Seleksi
		<i>Job description</i>	Segala kewajiban dan tugas masing-masing posisi	Studi literature	
		Struktur organisasi	Susunan atau posisi jabatan dari organisasi	Studi literature	
Aspek Keuangan	Kebutuhan akan modal	Modal awal yang dibutuhkan			Primer, Diperkirakan dari aspek produksi tentang rencana investasi
	Sumber modal	Modal sendiri		Kebutuhan modal untuk pendirian resto vege	primer, Modal sendiri
	Biaya operasional	Biaya tetap dan biaya tidak tetap		Observasi pesaing	primer, Perkiraan gaji karyawan, listrik, air dan biaya operasional lainnya
	Laporan keuangan	Neraca, laporan arus kas, laporan laba rugi		Total modal, total kas, perputaran kas, besar laba dan rugi	primer, proyeksi keuangan
	Analisis kelayakan keuangan perusahaan	NPV, IRR, PP, PI		Proyeksi laporan keuangan	primer, Proyeksi Cashflow
Aspek Hukum	Legalitas dan ijin usaha restoran	SIUP, TDP, NPWP, TDUP, ijin HP		wawancara kepada pemilik	Primer, pemilik restoran vegetarian Karuna dan Haha

Jenis Data	Aspek	Data	Keterangan	Metode	Sumber Data
		vegetarian			
	Aspek Operasi	Lokasi	Lokasi penjualan “Warung Vege”	survey pesaing	Primer, Sri Rejeki I/21
		Layout	Pembagian layout ruangan	Perkiraan kebutuhan ruangan dan luas ruangan	Primer, restoran vegetarian Karuna dan Haha
		Rencana investasi	Perlengkapan, peralatan	survey pesaing	Primer, Toko ATK, peralatan rumah tangga
		HPP	Biaya bahan baku+Biaya operasional	Diperkirakan berdasarkan rencana penjualan, bahan baku dan rencana penggunaan tenaga kerja	Primer, Suplier bahan baku, perkiraan jumlah tenaga kerja, survey



### 3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), pendekatan kualitatif menjelaskan fenomena penelitian dengan cara mendeskripsikan masalah dan pembahasan, serta pendekatan kuantitatif digunakan untuk menjelaskan data yang sifatnya kuantitatif seperti data keuangan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis yang akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran akan menggunakan analisis kualitatif untuk menggambarkan tentang *segmenting, targeting, positioning*. Selain itu juga menggunakan analisis kuantitatif untuk menggambarkan proyeksi penawaran dan proyeksi permintaan serta biaya pemasaran. Analisis data untuk aspek pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Membagikan kuesioner kepada konsumen restoran Karuna, dan Ha-Ha terhadap indikator aspek pemasaran. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen meliputi:
  - a) Kesesuaian manfaat produk yang diberikan kepada konsumen
  - b) Harga produk
  - c) Harga produk pesaing
  - d) Kualitas produk
  - e) Deskripsi restoran vegetarian di Semarang



- b. Melakukan wawancara kepada pemilik restoran Karuna, dan Ha-Ha terhadap indikator aspek pemasaran. Wawancara yang dilakukan meliputi :
- a) Jenis pasar
  - b) Bentuk penjualan saat ini
  - c) Kondisi pasar (apakah *over supply* atau *under supply*)
  - d) Gambaran pesaing
  - e) Segmen dari restoran
  - f) Target pasar dari restoran
  - g) Posisi restoran di pasar
  - h) Keunggulan kompetitif restoran dilihat dari Product, Place, Price, dan Positioning
- c. Melakukan rekap kuesioner untuk mengetahui gambaran persepsi responden terhadap indikator aspek pemasaran.
- d. Melakukan rekap wawancara dari pemilik restoran Karuna, dan Ha-Ha terhadap indikator aspek pemasaran untuk memperkuat hasil kuesioner.
- e. Analisis dilakukan dengan membandingkan jawaban dari kuesioner untuk konsumen dengan hasil wawancara pemilik restoran Karuna, dan Ha-Ha dan membuat kesimpulan dari kesamaan jawaban kuesioner dan wawancara tersebut. Rancangan analisisnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Rancangan Analisis**

No	Indikator	Responden			Kesimpulan
		Konsumen 1	Konsumen 2	Pemilik	
1	Produk Apakah makanan enak? Apakah makanan sesuai selera konsumen?				
2	Lokasi Apakah lokasi mudah dijangkau? Apakah mudah mendapatkan parkir di lokasi? Apakah lokasi restoran mudah dikenali?				
3	Harga Apakah harga sudah sesuai dengan kualitas? Apakah harga terjangkau?				
4	Posisi resto di benak konsumen Apakah resto dipersepsikan sebagai resto mahal? Apakah setiap orang merasa diterima dalam resto?				

## 2. Aspek Lingkungan

Pengambilan data untuk analisis data lingkungan dilakukan dengan cara observasi, kuesioner dan wawancara.

- a. Observasi terhadap lingkungan didasarkan pada indikator seperti gaya hidup, budaya dan pembuangan limbah yang dilakukan peneliti terhadap lingkungan sekitar restoran Karuna, dan Ha-Ha.
- b. Kuesioner dibagikan kepada konsumen restoran Karuna, dan Ha-Ha yang didasarkan pada indikator sebagai berikut:
  - a) gaya hidup, yaitu tentang memakan makanan vegetarian sebagai bagian gaya hidup sehat
  - b) budaya, yaitu mengenai memakan makanan bvegetarian sebagai suatu budaya bagi konsumen

- c. Wawancara dilakukan oleh peneliti kepada pemilik restoran Karuna, dan Ha-Ha yang didasarkan pada indikator
- a) gaya hidup, yaitu mengenai gaya hidup sehat yang saat ini berkembang
  - b) budaya, budaya memakan makanan vegetarian sebagai suatu kebiasaan
  - c) pembuangan limbah, yaitu mengenai kepedulian restoran terhadap lingkungannya dengan mengelola limbah makanan.

**Tabel 3.3**  
**Rancangan Analisis**

No	Indikator	Responden				Kesimpulan
		Konsumen 1	Konsumen 2	Pemilik Karuna	Pemilik Ha Ha	
1	Gaya hidup Gaya hidup sehat saat ini					
2	Budaya Makan masakan vegetarian sebagai suatu kebiasaan Makan makanan vegetarian sebagai suatu kewajiban					
3	Pembuangan Limbah Restoran memiliki tempat pembuangan limbah Restoran memiliki tempat pemrosesan limbah Air limbah didaur ulang					

### 3. Aspek SDM

Aspek SDM akan menganalisis tentang identifikasi kebutuhan SDM, perekrutan dan seleksi, *job description* dan struktur organisasi dari restoran Vege.

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

4. Aspek Keuangan

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

a. 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).

b. 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 :

NPV<sub>1</sub> = net present value positif

NPV<sub>2</sub> = net present value negatif

i<sub>1</sub> = tingkat discount rate yang menghasilkan NPV<sub>1</sub>

i<sub>2</sub> = tingkat discount rate yang menghasilkan NPV<sub>2</sub>

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).

c. 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

I<sub>0</sub> = investasi awal

A<sub>b</sub> = 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.

d. 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.

5. Aspek Hukum

Aspek ini diteliti dengan menanyakan legalitas dan ijin usaha restoran vegetarian kepada pemilik restoran dengan indikator sebagai berikut :

- a. Surat Izin Usaha Perdagangan
- b. Tanda Daftar Perusahaan
- c. NPWP

d. Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP)

e. Ijin HO

Analisis pada aspek hukum ini dilakukan dengan melalui checklist untuk mengetahui kelengkapan ijin usaha restoran vegetarian tersebut. Setiap item indikator yang dimiliki oleh restoran vegetarian akan diberikan angka 1 dan item yang tidak dimiliki oleh restoran vegetarian akan diberikan angka 0. Kekuatan aspek hukum restoran vegetarian akan dihitung dari total skor item indikator aspek hukum yang dimiliki oleh perusahaan.

#### 6. Aspek Operasi

Dalam aspek operasi, analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif untuk menggambarkan pemilihan lokasi usaha, penetapan layout produksi, rencana investasi dan HPP dari Resto Vege.

Untuk mengetahui Harga Pokok Produksi (HPP) dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{HPP Total} = \text{Biaya Buku Pedoman} + \text{Biaya Tenaga Kerja} + \text{BOP}$$

$$\text{HPP per unit} = \text{HPP Total} / \text{Kapasitas produksi}$$

Menurut Umar (2010), aspek produksi atau aspek operasional yang meliputi aspek teknik dan teknologi terdiri sebagai berikut :

##### a. Lokasi

Letak lokasi dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu pelanggan datang ke lokasi penjualan atau penjual mendatangi konsumen.



b. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produksi adalah berbagai jenis biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk jasa yang dipasarkan.

c. Layout

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

