

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Café* Roemah Sebelah yang beralamat di Komplek Soreang Indah Blok.K no.1 Soreang Kabupaten Bandung. Usaha ini telah berdiri selama kurang lebih dua puluh bulan dan usaha ini dapat masuk ke dalam kategori manufaktur, karena usaha ini memproduksi makanan dan minuman dari mulai perencanaan bahan baku, produksi, *packaging* hingga pelayanan kepada konsumen. *Café* Roemah Sebelah adalah *Café* yang menawarkan suasana rumah yang menyenangkan dan menyediakan berbagai makanan Indonesia maupun makanan dan minuman luar negeri.

3.2 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian adalah suatu alat bantu bagi penulis agar penelitian lebih mudah dan terarah sehingga dapat menghasilkan kesimpulan dan hasil yang diinginkan dari objek penelitian yang diteliti. Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif.

Menurut Sugiyono (2005, hal.21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Sedangkan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2014, hal. 7) menyatakan bahwa metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik. Sehingga dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif diharapkan akan menggambarkan keadaan dari objek penelitian yaitu *Café* Roemah Sebelah. Sehingga metode ini akan menggambarkan keadaan dari objek penelitian yaitu *Café* Roemah Sebelah.

3.3 Definisi Variabel Operasional

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Supomo (1999, hal. 69) definisi operasional variabel adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh penulis dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi penulis untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Disamping itu menurut Sugiyono (Sugiyono, 2014, hal. 39), variabel independen atau variabel bebas didefinisikan sebagai variabel yang menjelaskan atau yang mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel dependen (tergantung) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Teoritis	Kerangka Empirik	Konsep Analisis	Skala
Bauran Pemasaran 4P	Campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran (Kotler, 1992, hal.93)			Ordinal
	1. Produk : Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Alma, 2011, hal.139)	Kualitas produk meliputi : 1. Tingkat cita rasa makanan dan minuman 2. Tingkat penampilan makanan dan minuman 3. Tingkat kebersihan makanan dan minuman	Data diperoleh dari konsumen dengan meliputi : 1. Cita rasa makanan dan minuman yang ditawarkan 2. Penampilan makanan dan minuman yang ditawarkan 3. Tingkat kebersihan makanan dan minuman yang ditawarkan	
	2. Harga : Harga adalah sejumlah uang yang	Tingkat harga meliputi : 1. Tingkat	Data diperoleh dari konsumen dengan meliputi : 1. Keterjangkauan harga	

Muhammad Nurman Fauzi, 2016

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS BERBASIS ASPEK PEMASARAN DAN FINANSIAL PADA USAHA CAFÉ ROEMAH SEBELAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Kasmir & Jakfar, 2012, hal.53)	keterjangkauan harga yang ditawarkan 2. Tingkat daya tarik harga terhadap produk yang ditawarkan 3. Tingkat kesesuaian harga terhadap kualitas produk	yang ditawarkan 2. Daya tarik harga terhadap produk yang ditawarkan 3. Kesesuaian antara harga terhadap kualitas produk	
	3. Tempat : Proses untuk menentukan sukses tidaknya penyampaian ke tangan konsumen (Johan, 2011, hal.66)	Tingkat pengaruh tempat meliputi : 1. Tingkat letak lokasi mudah untuk di akses 2. Tingkat kestrategisan lokasi 3. Tingkat ketersediaan lahan yang disediakan	Data diperoleh dari konsumen dengan meliputi : 1. Tingkat kemudahan lokasi untuk diakses 2. Kestrategisan 3. Lahan yang disediakan	
	4. Promosi : Promosi adalah sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen (Kasmir & Jakfar, 2012, hal.)	Tingkat pengaruh promosi meliputi: 1. Tingkat kemenarikan promosi melalui media cetak 2. Tingkat kemenarikan promosi melalui media online 3. Tingkat kemenarikan promosi melalui presentasi produk	Data diperoleh dari konsumen dengan meliputi : 1. pengaruh kemenarikan promosi melalui media cetak 2. Pengaruh kemenarikan promosi melalui media online 3. Pengaruh kemenarikan promosi melalui presentasi produk	
Aspek Finansial	Dari, sisi keuangan proyek bisnis dinkatakan sehat apabila dapat memberikan keuntungan yang layak dan mampu memenuhi kewajiban finansialnya (Umar, 2003: 197-202)	Kriteria investasi meliputi : 1. <i>Payback Periode (PP)</i> 2. <i>Net Present Value (NPV)</i> 3. <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> 4. <i>Profitability Index (PI)</i>	Melakukan perhitungan dengan kriteria investasi data diperoleh dari hasil wawancara dan input data dari pihak <i>Café.Roemah Sebelah</i> meliputi 1. <i>Payback Periode (PP)</i> • Layak : PP sekarang < umur investasi (umur ekonomis) • Tidak layak : PP sekarang > umur investasi (umur ekonomis) 2. <i>Net Present Value (NPV)</i> • Layak : NVP > 0 • Tidak layak : NVP < 0 3. <i>Internal Rate of Return</i>	Ratio

			<p>(IRR)</p> <p>Layak : IRR > suku bunga yang telah ditetapkan</p> <p>Tidak layak : IRR < suku bunga yang telah ditetapkan</p> <p>4. Profitabilitas Index (PI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Layak : PI > 1 • Tidak layak : PI < 1 	
--	--	--	---	--

(Sumber: Data diolah, April 2016)

3.4 Populasi dan Sampel

Agar peneliti dapat memperoleh data yang valid dan akurat, perlu memahami terlebih dahulu masalah pengumpulan data dengan baik dan juga memahami berbagai kegiatan terkait yakni menentukan populasi dan sampel.

3.4.1 Populasi

Dalam pengumpulan data primer dengan menggunakan metode deskriptif perlu diambil sampel dari populasi. Menurut Sugiyono (2014, hal.80) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempengaruhi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasitersebut maka yang menjadi populasi untuk aspek pemasaran pada penelitian ini adalah pengunjung *Café Roemah Sebelah*, berikut adalah jumlah pengunjung *Café* periode April 2015

Tabel 3.2 Jumlah Pengunjung Harian *Café Roemah Sebelah* Periode 20 April - 25 April 2015

Hari	Tanggal	Jumlah pengunjung
Rabu	20	15
Kamis	21	16
Jumat	22	14
Sabtu	23	30
Minggu	24	20
Senin	25	15
Jumlah Populasi		110

(Sumber: Data diolah, April 2016)

3.4.2 Sampel

Sedangkan pengertian sampel sendiri menurut Sugiyono (2014, hal.81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang akan digunakan penulis adalah teknik sampling dimana konsumen yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah datang atau pernah makan dan minum di *Café Roemah Sebelah*.

Populasi *Café Roemah Sebelah* setiap harinya tidak menentu, berdasarkan data pengunjung jumlah pengunjung periode 20 April sampai dengan 25 April berjumlah 110 pengunjung. Maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus, menurut Umar (2003, hal.78) yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana : n = Jumlah sampel

 N = Populasi

 e = Presentase kelonggaran ketidak telitian (5%)

Jadi ukuran sampel yang dijadikan responden dari populasi (N) = 110 adalah sebanyak :

$$n = \frac{110}{1+110(0.05)^2}$$

n = 86 responden

Jadi berdasarkan perhitungan dibawah dari jumlah populasi sebanyak 110, dengan tingkat kesalahan 5% yang di konversi menjadi 0,05 maka responden yang harus diperoleh sebanyak 86 responden. Menurut Surakhmad (1998, hal.100) memaparkan bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambahkan sedikit lagi dari jumlah matematik, agar sampel yang digunakan representif, maka sampel yang digunakan dalam penilaian ini berjumlah 100.

3.5 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik sampling *Nonprobability Sampling Insidental*. Menurut Sugiyono (2014, hal.84) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh dan snowball*.

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berdasarkan pengertian dibawah maka peneliti akan menggunakan teknik sampling aksidental, dimana yang akan menjadi sampelnya adalah orang yang kebetulan sedang berkunjung ke *Café Roemah Sebelah*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencari dan mendapatkan data penelitian penulis perlu melakukan pengumpulan data, dengan menggunakan teknik pengumpulan data penulis dapat memperoleh data mengenai variabel – variabel berupa catatan, laporan serta dokumentasi sebagai berikut:

1. Observasi

Suatu cara untuk mendapatkan data – data yang diperlukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung di *Café Rumah Sebelah* sehingga memperoleh data yang diperlukan dengan tepat dan terpercaya.

2. Wawancara

Dengan melakukan wawancara langsung kepada *owner Café Rumah Sebelah* untuk memperoleh data yang aktual dan dapat dipercaya dan beberapa dari konsumen atau pengunjung yang datang.

3. Dokumentasi

Penulis melakukan dokumentasi pada saat penelitian dan wawancara berupa gambar, video, dan lain-lain.

4. Studi Literatur

Selain mendapatkan dokumentasi dari subjek penelitian penulis juga melakukan studi literatur, karena studi literatur merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku, artikel, karya ilmiah guna untuk memperoleh informasi dan referensi yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat membantu dalam penyusunan penelitian ini.

5. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner akan dibagikan kepada 100 pengunjung sebagai responden.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif segala sesuatu yang akan dicari dari obyek penelitian belum jelas dan pasti masalahnya atau masih bersifat umum, sumber datanya, hasil yang diharapkan semuanya belum jelas.

Rancangan penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki obyek penelitian. Analisis data kualitatif dilakukan untuk mengetahui bagaimana karakteristik usaha tersebut yang disajikan pada bentuk uraian deskriptif, tabel, bagan, ataupun gambar untuk mempermudah pemahaman. Data kuantitatif dilakukan untuk mengetahui keadaan usaha *Café Roemah Sebelah* dalam pemasaran dan aspek finansial.

3.7.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Pembahasan yang dilakukan dalam aspek ini bertujuan untuk menilai sejauh mana pemasaran dari produk yang dihasilkan dapat mendukung pengembangan usaha/proyek yang direncanakan. Menurut Ibrahim (2009:100, hal.3), faktor utama yang perlu dinilai dalam aspek ini adalah :

- a. Jumlah permintaan produk di masa lalu dan masa kini serta kecenderungan permintaan dimasa yang akan datang.
- b. Berdasarkan pada angka proyeksi (perkiraan), berapa besar kemungkinan *market share* yang tersedia dimasa yang akan datang.
- c. Berapa besar *market share* yang direncanakan berdasarkan pada rencana produksi.
- d. Faktor-faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi permintaan dimasa yang akan datang.
- e. Strategi apa saja yang perlu dilakukan dalam meraih *market share* yang telah direncanakan.

Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran Analisis aspek pasar perlu dikaji secara deskriptif meliputi potensi pasar, pangsa pasar serta bauran pemasaran *Café Roemah Sebelah*, Bauran pemasaran bertujuan untuk memperoleh laba yang optimal dengan mengkombinasikan variabel-variabel seperti produk, harga, promosi, dan distribusi yang dilakukan oleh pihak manajemen *Café*. Apabila aspek pasar dan pemasaran telah berjalan dengan baik maka usaha *Café Roemah Sebelah* dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

3.7.2 Aspek Keuangan

Jika sebuah gagasan usaha/proyek yang direncanakan telah layak, maka selanjutnya mengadakan penilaian dari aspek ekonomi dan keuangan. Hal ini menyangkut dengan biaya investasi dan modal kerja. Biaya investasi adalah biaya yang diperlukan dalam pembangunan proyek, terdiri dari pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan, biaya pemasangan, biaya studi kelayakan dan biaya lainnya, sedangkan modal kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan usaha setelah pembangunan proyek siap, terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*).

Analisis tentang aspek keuangan meliputi biaya apa saja yang akan dikeluarkan, kemudian meneliti seberapa besar pendapatan yang diterima pada aspek keuangan akan menggunakan metode *Payback periode (PP)*, *Net present value (NPV)*, *Internal rate of return (IRR)* dan *Profabilitas index (PI)*.

3.8 Pengujian Alat Istrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*) (Siregar, 2013;46). Dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. *Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur* (Sugiyono, 2005;137). Dalam uji validitas, penelitian ini menggunakan program SPSS 22 *for windows*. Keputusan pengujian validitas item instrument sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

Perhitungan validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows* dengan hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.3 Uji Validitas Kuisisioner Ke 30 Responden *Café Roemah Sebelah* Mengenai Evaluasi Kelayakan Bisnis

PROMOSI				
No	PERTANYAAN	R tabel	R hitung	Keterangan
Kualitas Produk				
1	Cita rasa produk yang ditawarkan	0,311	0.802	Valid
2	Penampilan produk yang ditawarkan	0,311	0.932	Valid
3	Aroma produk yang ditawarkan	0,311	0.911	Valid
4	Kebersihan produk yang ditawarkan	0,311	0.806	Valid
5	Kesegaran produk yang ditawarkan	0,311	0.890	Valid
Harga				
6	Keterjangauan harga yang ditawarkan	0,311	0.848	Valid
7	Tingkat daya tarik harga	0,311	0.905	Valid

Muhammad Nurman Fauzi, 2016
EVALUASI KELAYAKAN BISNIS BERBASIS ASPEK PEMASARAN DAN FINANSIAL PADA USAHA CAFÉ ROEMAH SEBELAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	terhadap produk yang ditawarkan			
8	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0,311	0.702	Valid
9	Harga yang ditawarkan lebih murah dari <i>Café</i> lainnya	0,311	0.834	Valid
Tempat				
10	Lokasi mudah diakses	0,311	0.894	valid
11	Kestrategisan lokasi	0,311	0.831	valid
12	Lahan yang disediakan mencukupi	0,311	0.886	valid
Promosi				
13	Promosi melalui media cetak	0,311	0.835	valid
14	Promosi melalui media <i>online</i>	0,311	0.820	valid
15	Kemampuan mempresentasikan produk	0,311	0.744	valid

(Sumber : Pengolahan data Mei, 2016)

3.8.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2005;147).

Untuk analisis reliabilitas instrumen internal dapat menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Jika koefisien yang didapat >0.60 , maka instrument penelitian tersebut reliabel (Darmawan, 2013, hal. 180)

Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Kuisisioner Ke 30 Responden *Café* Roemah Sebelah Mengenai Evaluasi Kelayakan Bisnis

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.973	.976	15

(Sumber : Data diolah Mei, 2016)

Muhammad Nurman Fauzi, 2016
EVALUASI KELAYAKAN BISNIS BERBASIS ASPEK PEMASARAN DAN FINANSIAL PADA USAHA CAFÉ ROEMAH SEBELAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.9 Pengolahan Data

Setelah data yang diperoleh lengkap dari objek penelitian maka langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Melakukan input data (tabulasi) berdasarkan data yang diperoleh dari responden.
2. Melakukan pengolahan data yang diperoleh, yaitu memeriksa kelengkapan jawaban responden, meneliti konsistensi jawaban, dan menyeleksi keutuhan kuisioner sehingga data siap diproses.
3. Menghitung frekuensi data yang diperoleh.
4. Membandingkan keadaan dengan teori yang sudah dibaca oleh peneliti.
5. Melakukan analisis berdasarkan data yang sudah diperoleh.

Analisis dalam pengolahan data yang akan dilakukan yaitu menggunakan bantuan perangkat lunak *Microsoft Excel 2010* dan dengan bantuan kalkulator untuk menyelesaikan soal perhitungan dari aspek keuangan serta bantuan program *SPSS 22 for windows* untuk instrument penelitian dalam uji validitas dan reliabilitas. Hasil tersebut kemudian dikaitkan dengan tujuan penelitian yang diajukan. Hasil dari semua tahapan ini adalah kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.