

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subyek Penelitian**

Objek penelitian merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 april sampai 30 Juni 2017 di Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah.

Menurut Moh. Nazir, Ph. D (2005, hlm.44) suatu penelitian yang dilakukan secara berurutan dengan alat dan prosedur maka itulah yang disebut metode penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto (2009, hlm.29), objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu suatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek lingkungan, serta aspek keuangan. Dengan subjek penelitian seluruh produk, alat produksi, bauran pemasaran, manajemen, laporan keuangan yang ada di Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu metode yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan fakta-fakta atau kejadian-kejadian dan data-data yang ada, kemudian data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang dipelajari dan dijadikan sebagai bahan penelitian dan pembahasan sehingga pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan saran terbaik.

Menurut Sugiyono (2008, hlm.53), “Penelitian deskriptif adalah penelitian dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Sedangkan kegiatan analisis dilakukan dengan menerapkan rumus-rumus yang telah ditentukan pada data yang ada, dan untuk keperluan pengujian tersebut diperlukan serangkaian langkah-langkah yang akan dimulai dari operasionalisasi variabel hingga teknik pengumpulan data.

### 3.3 Desain dan Operasional Variabel

#### 3.3.1 Desain Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Hatch dan Farhady, 1981) pada Sugiyono (2010, hlm.38). Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah kostruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari.

Dinamakan variabel karena ada variasinya sehingga dapat dikatakan bahwa variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

#### 3.3.2 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**  
**Analisis Kelayakan Usaha Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah**  
**di Desa Kenanga, Kecamatan Sindang, Kabupaten Indramayu**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
1.	Studi Kelayakan Bisnis	Aspek Pasar dan Pemasaran	Produk	Kualitas produk yang meliputi: - Tingkat cita rasa yang ditawarkan - Tingkat aroma yang ditawarkan	interval
			Harga	Tingkat harga meliputi: - Tingkat kesesuaian harga dengan produk - Tingkat harga dibandingkan dengan produk pesaing	interval

Gerry Suryadinata, 2017

ANALISIS KELAYAKAN USAHA KERUPUK UDANG CAP DUA GAJAH DI DESA KENANGA, KECAMATAN SINDANG, KABUPATEN INDRAMAYU

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

- Tingkat daya tarik harga terhadap produk yang ditawarkan

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			Distribusi	Tingkat pengaruh distribusi meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat keterjangkauan lokasi dengan alat transportasi umum</li> <li>- Tingkat keterjangkauan lokasi dengan pusat kota</li> <li>- Tingkat letak lokasi mudah untuk dicapai</li> </ul>	Interval
			Promosi	Tingkat pengaruh media promosi meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kegiatan promosi melalui agen dan konsumen</li> </ul>	Interval
	Aspek Teknis	Faktor- faktor Teknis	Faktor- faktor Teknis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknologi produksi</li> <li>- Kapasitas Produksi</li> <li>- Letak usaha</li> <li>- Persediaan bahan</li> </ul>	Nominal
	Aspek Manajemen	Faktor- faktor Manajemen	Faktor- faktor Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengorganisasian</li> <li>- Jumlah karyawan</li> <li>- Deskripsi pekerjaan</li> <li>- Pola gaji/upah</li> </ul>	Nominal
	Aspek Lingkungan	Faktor- faktor Lingkungan	Faktor- faktor Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lingkungan masyarakat</li> </ul>	Nominal
	Aspek Keuangan	Kriteria Investasi	Kriteria Investasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Payback Period</i> (PP) Layak : &lt; <i>payback</i> minimum</li> <li>2. <i>Net Present Value</i> (NPV) Layak : NPV – Positif Tidak Layak : NPV – Negatif</li> <li>3. <i>Profitability Index</i> (PI) Layak : PI &gt; I Tidak Layak : PI &lt; I</li> <li>4. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) Layak : &lt; tingkat keuntungan Tidak layak : ≥ tingkat keuntungan</li> </ol>	Ratio

5. *Net Benefit Cost Ratio*  
(Net B/C)  
Layak :  $Net\ B/C > 1$   
Tidak Layak :  $Net\ B/C < 1$
- 

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Seorang peneliti, pelaku ekonomi atau pimpinan sebuah organisasi selalu membutuhkan data yang dijadikan sebuah landasan objektif dalam membuat suatu keputusan atau menarik kesimpulan dari penelitiannya. Semakin baik data yang diperoleh, maka semakin baik pula keputusan yang diperoleh.

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk diterapkan seseorang atau kelompok, untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Marshall (1995) yang dikutip Sugiyono (2012, hlm.226) menyatakan bahwa *“trough observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to chose behavior”* yang maksudnya adalah melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

Penelitian ini penulis akan melakukan pengamatan secara langsung melihat, mendengar, meninjau dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan kelayakan bisnis pada Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah.

#### 2. Wawancara

Esterberg (2002) yang dikutip oleh Sugiyono (2012, hlm.231) mendefinisikan wawancara sebagai *“a meeting of two persons to exchange information and idea through questions and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”* yang artinya wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar

informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Penelitian ini penulis melakukan tanya jawab secara langsung dalam rangka pengumpulan data kepada pemilik Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah.

### 3. Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2010, hlm.142) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### 4. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012, hlm 240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Hasil penelitian dari observasi akan lebih dipercaya jika didukung dengan data-data lain, salah satunya adalah dengan dokumentasi.

Dalam penelitian ini penulis akan mengadakan studi atas dokumen-dokumen seperti foto yang dijadikan sebagai data penelitian.

### 5. Studi Literatur

Usaha penelaahan terhadap sesuatu yang berhubungan dengan objek penelitian. Data di dapat melalui teori-teori yang sudah teruji kebenarannya. Data ini diperoleh melalui naskah, dokumen-dokumen, buku-buku atau tulisan ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

## 3.5 Objek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan di Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah yang berlokasi di Kampung Industri, RT.14/04. Desa Kenanga, Kecamatan Sindang, Kabupaten Indramayu. Adapun alasan penulis memilih lokasi tersebut sebagai penelitian karena Desa Kenanga

merupakan sentra produksi kerupuk udang di Indramayu dan Perusahaan Kerupuk Cap Dua Gajah merupakan perusahaan pemimpin dalam industri tersebut. Perusahaan ini juga memberikan dampak yang baik bagi masyarakat sekitar. Karena dengan adanya sentra industri Kerupuk Udang, masyarakat yang sebelumnya tidak mempunyai pekerjaan bisa merubah nasibnya dengan bekerja di perusahaan tersebut.

### **3.6 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, 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 Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah tersebut yang disajikan pada aspek-aspek non-finansial dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, bagan, ataupun gambar untuk mempermudah pemahaman. Data kuantitatif dilakukan untuk mengetahui keadaan Perusahaan Kerupuk Udang Cap Dua Gajah dalam pemasaran pengukuran kepuasan konsumen dan aspek finansial seperti PP (*Payback Period*), NPV (*Net Present Value*), PI (*Profitability Index*), IRR (*Internal Rate of Return*), serta rasio-rasio lainnya. Pengolahan data kuantitatif dilakukan dengan program *Microsoft Excel* dan SPSS serta kalkulator.

#### **3.6.1 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Pasar meliputi keseluruhan pembeli potensial yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dimana pembeli tersebut bersedia dan mampu membeli alat-alat pemuas melalui pertukaran. Sedangkan pemasaran adalah kegiatan perusahaan yang bertujuan menjual barang atau jasa yang diproduksi perusahaan ke pasar.

**Gerry Suryadinata, 2017**

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA KERUPUK UDANG CAP DUA GAJAH DI DESA KENANGA, KECAMATAN SINDANG, KABUPATEN INDRAMAYU**

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

Menurut Sofyan (2003, hlm.169), bahwa lingkup aspek pemasaran meliputi posisi permintaan berupa perkembangan permintaan terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan di masa yang akan datang, posisi penawaran selama ini serta prospeknya di masa yang akan datang. Analisis aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran.

Secara spesifik faktor utama yang perlu dinilai dalam aspek pasar dan pemasaran antara lain:

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

### 3.6.2 Aspek Teknis

Dalam studi aspek teknis akan mengungkapkan kebutuhan apa yang diperlukan dan bagaimana secara teknis proses produksi akan dilaksanakan. Tujuan studi aspek ini adalah untuk meyakini apakah secara teknis dan pilihan teknologi, rencana bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan proyek atau operasional secara rutin.

Yang dipaparkan studi aspek teknis, yaitu:

- a. Lokasi bisnis.
- b. Penentuan kapasitas produksi.
- c. Rencana operasional dalam hal jumlah produksi.
- d. Rencana pengendalian persediaan bahan baku.
- e. Letak pabrik dan layout-nya, dan letak usaha serta layout-nya.

f. Proses pemilihan teknologi untuk produksi.

### **3.6.3 Aspek Manajemen**

Aspek Manajemen meneliti sistem manajerial suatu usaha antara lain kesanggupan dan keahlian staf dalam menangani masalah proyek. Evaluasi aspek manajemen operasional bertujuan untuk menentukan secara efektif dan efisien mengenai bentuk badan usaha yang dipilih, struktur organisasi yang akan digunakan, jenis-jenis pekerjaan yang diperlukan agar usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar serta kebutuhan biaya gaji dan upah tenaga kerja. Dengan demikian, analisis aspek manajemen dibagi kedalam dua kelompok yaitu manajemen dalam pembangunan bisnis dan manajemen dalam masa operasi.

Dalam masa pembangunan bisnis, hal yang perlu dipelajari meliputi pelaksana bisnis, jadwal penyelesaian bisnis tersebut, pelaku studi masing-masing aspek kelayakan bisnis. Sedangkan manajemen dalam operasi meliputi struktur organisasi, deskripsi masing-masing jabatan, jumlah tenaga kerja yang diperlukan, dan menentukan anggota direksi dan tenaga inti.

### **3.6.4 Aspek Lingkungan**

Aspek lingkungan adalah suatu pengkajian yang dikenal sebagai analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) yang merupakan suatu mekanisme untuk mencapai kelestarian lingkungan, aspek lingkungan meliputi limbah yang dihasilkan oleh proses produksi.

Dampak lingkungan harus dianalisis sehingga dampak ini dapat diatasi dengan cara atau metode yang ada, berapa besar biaya yang diperlukan, jika masih dapat diatasi berarti usaha tersebut layak untuk dijalankan.

### **3.6.5 Aspek Keuangan**

Pada aspek ini, jika sebuah gagasan usaha atau proyek yang direncanakan telah layak dilihat dari aspek pemasaran dan teknis produksi, langkah selanjutnya adalah mengadakan penilaian dari aspek keuangan. Hal ini menyangkut dengan biaya investasi, modal kerja, maupun yang berhubungan dengan pengaruh proyek terhadap perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

**Gerry Suryadinata, 2017**

*ANALISIS KELAYAKAN USAHA KERUPUK UDANG CAP DUA GAJAH DI DESA KENANGA, KECAMATAN SINDANG, KABUPATEN INDRAMAYU*

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

Biaya investasi adalah biaya yang diperlukan dalam pembangunan proyek, terdiri dari pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan, biaya pemasangan, biaya studi kelayakan, dan biaya lainnya yang berhubungan dengan pembangunan proyek. 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*).

Selain biaya investasi dan modal kerja, yang perlu diperhatikan dalam aspek keuangan adalah sumber modal, proses perputaran keuangan, *break event point*, dan analisis profit. Diharapkan dengan adanya pembahasan yang dilakukan dari aspek ini akan menjamin kontinuitas dan kelancaran usaha yang direncanakan.