

BAB III

METODE PENELITIAN

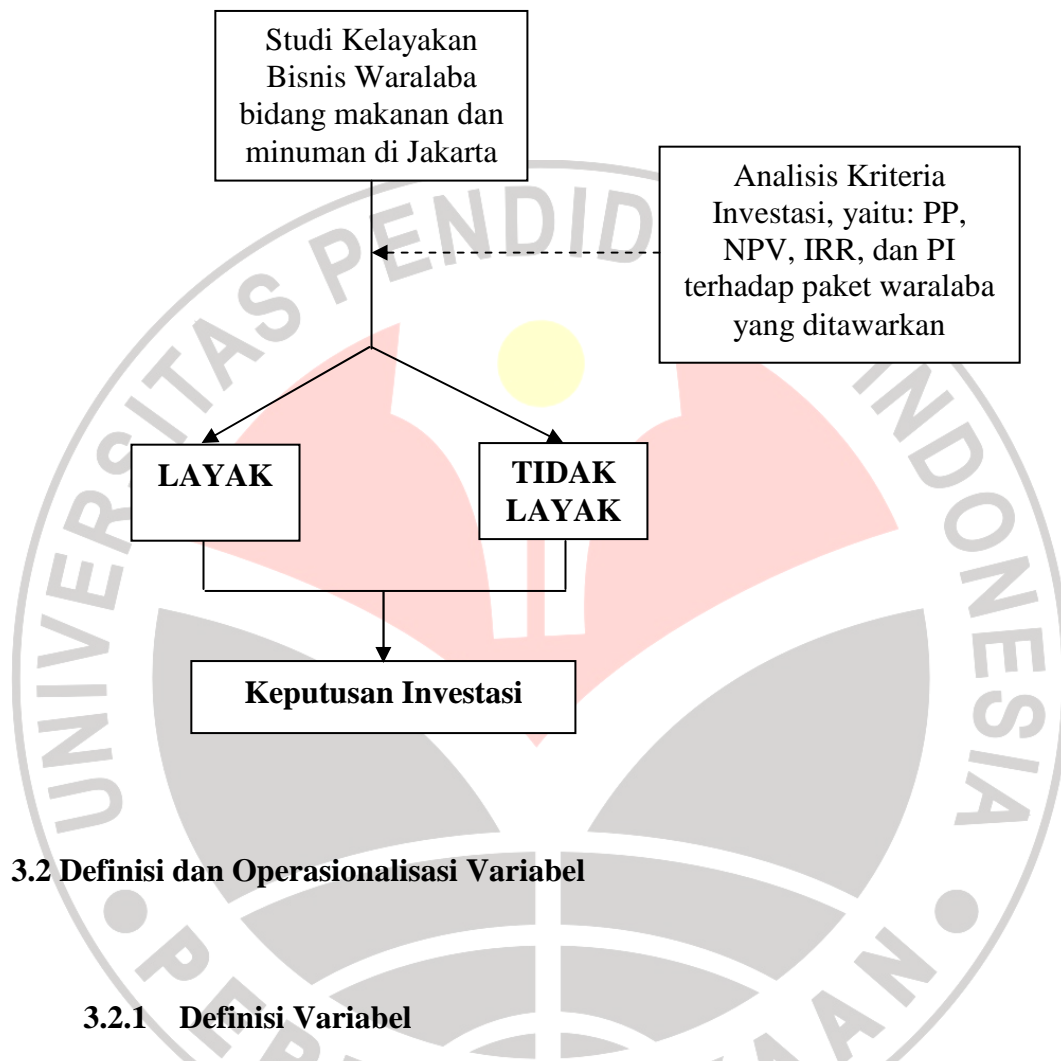
3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, 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 pembahasan untuk mencari hubungan, pengaruh, serta keterkaitan antara objek-objek yang diteliti (variabel penelitian) dan membandingkan hasil analisis tiap objek satu sama lain sehingga pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan saran terbaik. Dalam hal ini aktivitas yang dilakukan oleh penulis adalah mempelajari dan menganalisis kriteria investasi pada perusahaan *franchise* sebagai studi kelayakan bisnis waralaba.

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.

Dalam hal ini sesuai dengan judul yaitu: Analisis Studi Kelayakan Bisnis Waralaba Pada Perusahaan *Franchise* Dengan Kriteria Investasi (Studi Kasus Pada Perusahaan *Franchisor* dan B.O Lokal Bidang Makanan dan Minuman di Jakarta), maka hasil penelitian digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1
Desain Penelitian



3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

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

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 Farhadi, 1981)(Sugiyono, 2006:31).

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.

Berdasarkan judul yang dibuat, yaitu “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Waralaba Pada Perusahaan *Franchise* Dengan Kriteria Investasi (Studi Kasus Pada Perusahaan *Franchisor* dan B.O Lokal Bidang Makanan dan Minuman di Jakarta), variabel yang tercakup dalam judul adalah Analisis Studi Kelayakan Bisnis Waralaba Pada Perusahaan *Franchise* Dengan Kriteria Investasi yang dipengaruhi oleh indikator, yaitu kriteria investasi.

Adapun yang dimaksud dengan kriteria investasi dalam aspek keuangan dan ekonomi adalah suatu perhitungan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana gagasan usaha (proyek/bisnis) yang direncanakan dapat memberikan manfaat (*benefit*) baik itu *financial benefit* maupun *social benefit*. Hasil perhitungan kriteria investasi ini merupakan indikator dari modal yang diinvestasikan, yaitu perbandingan total *benefit* yang akan diterima dengan total biaya yang akan dikeluarkan dalam bentuk *present value* selama umur ekonomis proyek/usaha/bisnis. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis waralaba dalam penelitian ini, antara lain *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*.

Sedangkan Studi kelayakan bisnis waralaba adalah suatu studi yang dilakukan sebagai pencapaian akhir/hasil akhir dari analisis dengan kriteria investasi bisnis waralaba yang berupa layak atau tidak layaknya usaha tersebut dilakukan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Adapun operasionalisasi variabel yang akan diteliti oleh penulis, yaitu:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Indikator | Skala |
|---|---|-------|
| Analisis Studi Kelayakan Bisnis Waralaba pada perusahaan <i>franchise</i> dengan Kriteria Investasi | Kriteria Investasi: 1. Payback Period (PP) Layak : $PP \text{ sekarang} < \text{umur investasi}$ (umur ekonomis) Tidak Layak : $PP \text{ sekarang} \geq \text{umur investasi}$ (umur ekonomis) 2. Net Present Value (NPV) Layak : $NPV = \text{Positif}$ Tidak Layak : $NPV = \text{Negatif}$ 3. Internal Rate of Return (IRR) Layak : $IRR > \text{Persentase biaya modal}$ (bunga kredit) Tidak Layak : $IRR \leq \text{Persentase biaya modal}$ (bunga kredit) 4. Profitability Index (PI) Layak : $PI > 1$ Tidak Layak : $PI \leq 1$ | Ratio |

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2006 : 57) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang menjadi kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dengan kata lain populasi merupakan sumber data. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Furqon (2004 : 146) bahwa “populasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan obyek, atau keadaan yang paling tidak memiliki satu karakteristik umum yang sama”. (Ade Yati Andriyani, 1999: 32)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan *franchisor* dan B.O lokal bidang Makanan dan Minuman di Jakarta yang berjumlah 157 perusahaan.

3.3.2 Teknik Sampling

Earl Babbie (1986) dikutip Prijana (2005) dalam bukunya *The Practice of Social Research*, mengatakan “*Sampling is the process of selecting observation*” (Sampling adalah proses seleksi dalam kegiatan observasi). Proses seleksi yang dimaksud adalah proses untuk mendapatkan sampel. (Lailatul Qodriyah, 2006:40)

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik sampling *Purposive (Purposive Sampling)*, artinya pengambilan sampel anggota populasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu.

Tabel 3.2
Pertimbangan Kriteria dalam pengambilan jumlah sampel

| NO | KRITERIA | JML PERUSAHAAN | KET |
|----|---|----------------|--|
| 1 | Perusahaan <i>franchisor</i> yang ada di Indonesia | 700 | |
| | | (111) | Perusahaan <i>Franchisor</i> asing |
| 2 | Perusahaan <i>franchisor</i> & B.O Lokal di Indonesia | 589 | |
| | | (213) | Perusahaan <i>franchisor</i> & B.O lokal di luar Jakarta |
| 3 | Perusahaan <i>franchisor</i> dan B.O lokal di Jakarta | 376 | |
| | | (219) | Perusahaan <i>Franchisor</i> & B.O lokal di Jakarta yang bukan bidang makanan dan minuman |
| 4 | Perusahaan <i>franchisor</i> dan B.O lokal di Jakarta Bidang makanan dan minuman | 157 | |
| | | (122) | Perusahaan <i>franchisor</i> & B.O lokal di Jakarta bidang makanan dan minuman yang investasi/modal awalnya > Rp 50.000.000 |
| 5 | Perusahaan <i>franchisor</i> dan B.O lokal di Jakarta bidang makanan dan minuman yang investasi/modal awalnya \leq Rp 50.000.000 | 35 | |
| | | (15) | Perusahaan <i>franchisor</i> dan B.O lokal di Jakarta bidang makanan dan minuman yang investasi/modal awalnya >Rp 50.000.000 dan bersedia diteliti dengan syarat-syarat tertentu |
| 6 | Perusahaan <i>franchisor</i> dan B.O lokal di Jakarta bidang makanan dan minuman yang investasi/modal awalnya \leq Rp 50.000.000 dan bersedia diteliti tanpa syarat-syarat tertentu | 20 | |

Sumber: Majalah Info Franchise Indonesia Edisi Khusus No. 6/III/15 Juni-14 Juli 2008

Syarat-syarat tertentu yang dimaksud dalam tabel 3.2 di atas, yaitu:

1. Adanya kesulitan dalam memperoleh izin melakukan penelitian di beberapa perusahaan *franchisor* dan B.O lokal. Pada dasarnya perusahaan-perusahaan tersebut akan bersedia diteliti bila penulis dapat menjamin bahwa akhir dari penelitian ini akan memberikan calon *franchisee* yang akan berinvestasi pada perusahaan mereka.
2. Terdapat beberapa *franchisor* yang merasa tidak percaya diri terhadap hasil akhir yang akan diperoleh dari penelitian ini.

3. Adanya ketidakterbukaan perusahaan tentang paket waralaba yang ditawarkan, yang artinya paket waralaba hanya akan diberitahukan kepada calon *franchisee* yang memang sudah pasti berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian di perusahaan-perusahaan *franchisor* yang bersedia tanpa syarat apapun. Perusahaan yang dijadikan sebagai sampel oleh penulis adalah 20 perusahaan *franchisor* dan B.O lokal bidang Makanan dan Minuman yang berada di kota Jakarta dan dengan investasi/modal awal \leq Rp 50.000.000.

3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

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

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan dan diterapkan oleh seseorang atau kelompok, dalam hal ini penulis, untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian.

Untuk mengumpulkan yang dibutuhkan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi lapangan, yaitu teknik yang dilakukan untuk memperoleh data primer.

Hal yang dilakukan dalam teknik ini antara lain:

- a. Observasi. Penulis mengadakan pengamatan langsung dan melakukan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, yaitu paket waralaba.
 - b. Wawancara. Penulis mengadakan wawancara via *e-mail* kepada pihak-pihak yang berkepentingan tentang penelitian penulis, yaitu *franchisor*, *franchisee* dan ketua *Asosiasi Franchise Indonesia*.
 - c. Studi dokumentasi. Penulis mengadakan studi atas dokumen-dokumen yang dijadikan sebagai data penelitian, dokumen yang dimaksud adalah paket waralaba dari 20 perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal bidang makanan dan minuman di Jakarta yang investasi awalnya \leq Rp 50.000.000.
2. Studi kepustakaan, yaitu teknik yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku teori, literatur, majalah, *browsing* melalui internet dan penelitian-penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas oleh penulis dalam penelitiannya.

3.4.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2006:97).

Instrumen penelitian yang digunakan penulis untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti mengenai Analisis Studi Kelayakan Bisnis Waralaba Pada Perusahaan *Franchise* Dengan Kriteria Investasi, yaitu:

1. Dokumen paket waralaba yang ditawarkan oleh 20 perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal bidang makanan dan minuman di Jakarta
2. Pedoman pelaksanaan penelitian (Terlampir)
3. Pedoman Kuisioner yang dilakukan terhadap 250 responden saat pra-penelitian (Terlampir)
4. Pedoman Wawancara via *e-mail* (Terlampir)

3.5 Analisis Data

Dalam setiap penelitian, akan selalu dilakukan analisis data setelah data yang dibutuhkan diperoleh sebelumnya. Analisis data tersebut dilakukan dengan teknik yang macam-macam tergantung jenis datanya, dan diharapkan hasil analisis ini akan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian.

Berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif, analisis data yang dilakukan antara lain:

1. Membuat simulasi keuangan atas paket waralaba yang diberikan, yang terdiri dari:
 - a. Menentukan standar target penjualan yang bertujuan untuk mencari standar minimum jumlah produk (unit jumlah) yang harus terjual dengan mengansumsikan target balik modal 1 tahun (12 bulan), antara lain dengan cara:

- Menentukan standar target pemasukan/pendapatan kotor per bulan (x)

$$x = \frac{\text{investasi awal}}{12}$$

- Menentukan standar target pemasukan/pendapatan kotor per bulan untuk setiap jenis produk yang dijual (y)

$$y = \frac{x}{\text{jumlah jenis produk yang dijual}}$$

- Menentukan standar target jumlah produk/menu utama yang terjual per bulan berdasarkan harga untuk setiap jenis produk/menu tersebut (z)

$$z = \frac{y}{\text{harga jenis produk } 1,2,3,\dots,n}$$

Perhitungan z mungkin akan lebih dari satu bila jumlah produknya lebih dari satu dan harga untuk setiap jenis produk yang dijual berbeda

- Menentukan standar target jumlah produk/menu utama yang terjual per hari berdasarkan harga untuk setiap jenis produk/menu tersebut (t)

$$t = \frac{z}{30}$$

Bila hasil perhitungan $t = 0$, maka diasumsikan bernilai 1 karena tidak mungkin standar target jumlah item dinilai 0.

- Menentukan target jumlah penjualan menu utama per hari berdasarkan harganya (T) dibuat seminimal mungkin berdasarkan data yang diperoleh dan disesuaikan dengan prediksi biaya/pengeluaran tiap bulan dan tiap tahun

- c. Menentukan target penjualan (pemasukan/pendapatan kotor)

Rumus perhitungan yang digunakan, yaitu:

$$T \text{ arg et per bulan} = H \text{ arg a} \times T \times 30$$

$$T \text{ arg et per tahun} = T \text{ arg et per bulan} \times 12$$

- d. Menentukan proyeksi biaya-biaya yang akan dikeluarkan (Pengeluaran)
- e. Membuat arus kas bersih (*cash flow*) berdasarkan jumlah tahun proyeksi/masa kerjasamanya (umur ekonomis) dan disusutkan dengan metode garis lurus tanpa nilai sisa, yaitu dengan rumus:

$$\text{penyusutan} = \frac{\text{investasi}}{\text{umur ekonomis}} \quad (\text{Kasmir dan Jakfar, 2007:93})$$

Besarnya Penyusutan langsung dijumlahkan ke proyeksi biaya – biaya yang akan dikeluarkan sebagai total Kas Keluar pada *cash flow*.

Simulasi keuangan tersebut dibuat berdasarkan data tahun 2007 yang diperoleh dari *website* dan pihak-pihak yang terkait dengan beberapa asumsi, antara lain:

- Target penjualan dibuat rata-rata, karena pada kenyataannya penjualan terkadang naik dan terkadang turun karena faktor siklikal (musiman, seperti masa liburan, musim hujan/kemarau), kondisi ekonomi yang tidak menentu atau perubahan *trend* ekonomi. Maka untuk lebih akuratnya, target penjualan setiap tahun dianggap sama.

- Harga produk yang akan dijual adalah harga yang berasal dari pusat (*franchisor* dan BO Lokal) dan setiap *franchisee* yang dirata-ratakan, karena pada kenyataannya harga produk biasanya berbeda - beda untuk setiap perusahaan *franchisee* yang jumlahnya banyak untuk setiap jenis perusahaan.
- Upah pegawai dibuat rata-rata. Hal ini dilakukan karena di dalam suatu perusahaan, upah setiap pegawai pasti berbeda dan jumlah pegawai disetiap cabang/outlet pun berbeda tergantung dari keinginan *franchisee* dan jarak lokasi dengan tempat tinggal pegawai sehingga untuk mempermudah perhitungan upah pegawai dibuat rata-rata.
- Sewa tempat dibuat rata-rata. Hal ini disebabkan karena besarnya sewa suatu tempat untuk berusaha berbeda-beda antara satu tempat dengan yang lainnya tergantung dari kestrategisan tempat itu sendiri dan ada *franchisee* yang tidak menyewa tempat usaha.
- Biaya Utilitas diantaranya listrik, gas dan lain-lain, dibuat rata-rata karena kebutuhan dan penggunaan setiap outlet atas suatu *franchisee* berbeda-beda.
- Harga pokok penjualan (HPP) dalam simulasi keuangan yaitu pemakaian bahan, berasal dari data atau keterangan *franchisor*. Selain itu ada juga yang didasarkan pengamatan sehari-hari. Pada prinsipnya, semakin rendah HPP, semakin besar marginnya dan bisa mempercepat arus kas (Bambang N. Rachmadi, 2007).

- Jumlah tahun proyeksi/masa kerjasama (umur ekonomis) diasumsikan selama lima tahun bagi perusahaan yang tidak menentukan masa kerjasamanya (*free*).
 - *Discount Factor (DF)* / *discount rate* dalam *cash flow* (arus kas bersih) menggunakan asumsi biaya modal 10% per tahun. Angka 10% diambil untuk mendekati tingkat bunga deposito. Artinya, jika *franchisee* tidak melakukan investasi pada suatu bisnis tersebut, maka modalnya dapat disimpan dalam deposito yang menghasilkan bunga sebesar 10% setiap tahun. Hilangnya peluang untuk memperoleh pendapatan bunga ini diperhitungkan sebagai biaya modal. Arus kas terdiskonto menunjukkan arus kas bersih setelah dikurangi biaya modal. Serta 11% untuk kelengkapan perhitungan IRR.
 - Dalam penelitian ini, belum memasukkan unsur pajak, karena penghitungan pajak tidak sederhana. Jika *franchisee* berstatus pribadi, ia dikenakan pajak penghasilan. Jika *franchisee* terdiri dari banyak orang penghitungan pajaknya akan berbeda. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penghitungan.
2. Melakukan Analisis Kriteria Investasi atas paket waralaba yang ditawarkan oleh *franchisor*, yaitu dengan menerapkan rumus-rumus Kriteria Investasi dari simulasi keuangan yang telah dibuat. Rumus-rumus yang digunakan, yaitu:

a. PP (*Payback Period*)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih per tahun}} \times 1 \text{ tahun (12 bulan)}$$

b. NPV (*Net Present Value*)

$$NPV = \frac{\text{Kas bersih 1}}{(1+i)} + \frac{\text{Kas bersih 2}}{(1+i)} + \dots + \frac{\text{Kas bersih n}}{(1+i)} - \text{investasi}$$

Ket: i = suku bunga (*discount rate*)

c. IRR (*Interest Rate of Return*)

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Ket: i_1 = tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV 1)

i_2 = tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV 2)

NPV_1 = Net Present Value 1

NPV_2 = Net Present Value 2

Atau dengan formula yang lain, yaitu:

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Ket: P1 = tingkat bunga 1

P2 = tingkat bunga 2

C1 = NPV 1

C2 = NPV 2

d. PI (*Profitability Index*)

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

3. Menilai kelayakan bisnis waralaba berdasarkan syarat kelayakan yang berlaku untuk setiap kriteria investasi yang digunakan. Penilaian kelayakan tersebut yaitu:

A. Layak:

- PP sekarang < umur investasi (umur ekonomis)
- NPV = Positif
- IRR > Persentase biaya modal (bunga kredit)
- PI > 1

B. Tidak Layak:

- PP sekarang \geq umur investasi (umur ekonomis)
- NPV = Negatif
- IRR \leq Persentase biaya modal (bunga kredit)
- PI \leq 1

4. Menarik kesimpulan (keputusan investasi), yaitu menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis waralaba dengan kriteria investasi terhadap 20 perusahaan *franchisor* dan B.O Lokal bidang makanan dan minuman di Jakarta.