

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Daerah

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) yaitu di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Hal tersebut didasarkan pada data (BPS, 2016) yang memperlihatkan bahwa produksi cabai kecil terbesar di Kabupaten Malang berasal dari Kecamatan Poncokusumo.

1.1 Produksi Cabai Kecil Menurut Kecamatan di Kabupaten Malang

No	Kecamatan	Produksi Cabai Kecil (ton)
1	Poncokusumo	62.940
2	Ngantang	36.750
3	Wajak	27.356
4	Pujon	23.680
5	Tumpang	23.109

Sumber : Data Sekunder, diolah 2018

3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan *sampling* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*. Definisi *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2010) adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penelitian ini mengambil sampel usaha bibit cabai kecil yang paling besar kapasitas produksinya dengan data yang diteliti yaitu hasil pada produksi tahun 2016 hingga 2017. Sedangkan sampel distribusi atau pemasaran diambil menggunakan metode *Snowball Sampling*. Menurut Ibrahim (1996), *Snowball sampling* diartikan sebagai suatu penarikan sampel dengan metode bola salju. Artinya sampel pertama akan menentukan sampel yang kedua, selanjutnya sampel yang kedua menentukan sampel ketiga dan seterusnya. Sampel yang terpilih lebih dahulu memberi petunjuk pada peneliti untuk mengambil sampel berikutnya.

3.3 Metode Pengambilan Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sanusi (2011), data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Pengumpulan data menggunakan cara survei yaitu mengajukan pertanyaan kepada responden berupa instrument penelitian/ wawancara dan dokumentasi. Data yang dibutuhkan yaitu biaya investasi, biaya OM, Benefit atau penerimaan dan Pemasaran.

3.4 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh akan ditabulasi dan dilanjutkan dengan analisis menggunakan sistem evaluasi proyek. Biaya-biaya yang dikeluarkan maupun penerimaan yang diperoleh didasarkan pada nilai sekarang atau pada awal investasi dengan unsur suku bunga dimasukkan sebagai faktor pendiskon (*discounting*). Metode analisis yang digunakan yaitu analisis biaya investasi, benefit atau penerimaan, pendapatan, B/C rasio, NPV, IRR, dan *Payback Period*. Metode analisis pemasaran menggunakan pendekatan komoditi yang digunakan untuk menjelaskan distribusi atau pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha bibit cabai kecil di Desa Karanganyar Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.

1. Biaya Investasi

Biaya investasi adalah seluruh jenis biaya yang dilakukan oleh pelaku usaha meliputi biaya pengurusan izin, biaya pembelian aktiva tetap seperti tanah, bangunan,

dan peralatan serta biaya pembelian aktiva tidak tetap seperti hak cipta, lisensi, dan merek dagang.

2. *Operation and Maintenance Cost (OM)*

Operation and Maintenance adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk mengoperasikan sistem produksi agar sistem dapat beroperasi dengan baik. Biaya operasi dan perawatan meliputi upah dan gaji karyawan, biaya *overhead* (telepon, listrik, air, dan asuransi) serta biaya pemeliharaan *hardware*.

3. Biaya Penyusutan

Metode yang digunakan untuk menghitung biaya penyusutan adalah metode garis lurus. Sedangkan umur yang dipakai pada perhitungan nilai penyusutan terhadap aset adalah umur ekonomis. Secara matematis rumus biaya penyusutan yaitu sebagai berikut :

$$\text{Biaya Penyusutan} = \frac{\text{Jumlah Unit} \times (\text{Harga beli} - \text{Harga jual})}{\text{Umur Ekonomis}}$$

4. *Benefit*

Benefit yaitu penerimaan total produsen dari hasil penjualan produk yang dihasilkan. *Benefit* merupakan manfaat ekonomis suatu proyek atau disebut juga aliran kas masuk. *Benefit* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$B = P \times Q$$

Dimana,

B = Manfaat (Penerimaan Total) (Rp)

P = Harga jual per unit (Rp)

Q = Kuantitas produksi (Bibit)

5. *Net Benefit*

Net Benefit merupakan selisih total penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan. *Net Benefit* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NB = B - TC$$

Dimana,

$$NB = \text{Manfaat bersih (Rp)}$$

$$B = \text{Manfaat (Penerimaan Total) (Rp)}$$

$$TC = \text{Total Cost (Biaya Total) (Rp)}$$

3.4.1 Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial usaha bibit cabai kecil menggunakan perhitungan NPV (*Net present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), Net B/C (*Net Benefit Cost Ratio*), dan PP (*Payback Periode*).

1. NPV (*Net Present Value*)

NPV merupakan selisih antara pemasukan dan pengeluaran yang telah didiskon dengan menggunakan *Social Opportunity Cost of Capital* (SOCC) sebagai diskon faktor. Dapat pula disebut sebagai arus kas di masa mendatang yang telah didiskon pada saat ini. Menurut Gittinger (1982), rumus perhitungan *Net Present Value* (NPV) sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Keterangan

Bt = Manfaat yang diperoleh tiap tahun

Ct = Biaya yang dikeluarkan tiap tahun

t = Periode ke 1,2,...n

n = Jumlah tahun

i = Tingkat bunga (*diskonto*).

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui kriteria dari NPV sebagai berikut :

Apabila NPV > 0 maka usaha layak untuk dijalankan.

Apabila NPV = 0 maka usaha mengalami BEP (Impas).

Apabila NPV < 0 maka usaha tidak layak untuk dijalankan.

2. IRR (*Internal Rate of Return*)

Internal Rate Return digunakan untuk menghitung tingkat bunga pada saat arus kas bernilai 0 (nol) atau pada saat laba (pendapatan dikurangi laba) yang telah didiskon faktor bernilai 0 (nol). Secara matematis menurut Gittinger (1982) rumus *Internal Rate of Return* yaitu sebagai berikut :

$$IRR = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t} = 0$$

Dimana,

Bt = Manfaat yang diperoleh tiap tahun

Ct = Biaya yang dikeluarkan tiap tahun

t = Periode ke 1,2,...n

n = Jumlah tahun

i = Tingkat bunga (*diskonto*).

Berdasarkan rumus diperoleh kriteria dari IRR berhubungan dengan *Social Opportunity Cost of Capital* (SOCC) yang berlaku umum di masyarakat (bunga deposito) sebagai berikut:

Apabila IRR > SOCC maka usaha layak untuk dijalankan.

Apabila IRR = SOCC maka usaha mengalami BEP (Impas).

Apabila $IRR < SOCC$ maka usaha tidak layak untuk dijalankan.

3. BCR (*Benefit Cost Ratio*)

Benefit Cost Ratio (BCR) merupakan analisis yang digunakan untuk melihat perbandingan antara nilai manfaat terhadap nilai biaya dilihat pada kondisi nilai sekarang/*present value* (PV). Perhitungan BCR menurut Gittinger (1982) yaitu sebagai berikut:

$$\text{B/C ratio} = \frac{\sum_{t=1}^{t=n} \frac{Bt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{t=n} \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

Dimana,

Bt = Manfaat yang diperoleh tiap tahun

Ct = Biaya yang dikeluarkan tiap tahun

t = Periode ke 1,2,...,n

n = Jumlah tahun

i = Tingkat bunga (*diskonto*).

Berdasarkan rumus dapat diketahui kriteria dari B/C ratio sebagai berikut :

Apabila B/C Ratio > 1 maka usaha layak untuk dijalankan.

Apabila B/C Ratio = 1 maka usaha mengalami BEP (Impas).

Apabila B/C Ratio < 1 maka usaha tidak layak untuk dijalankan.

4. PP (*Payback Period*)

Payback periode adalah jangka waktu imbal hasil atas modal. Rumus perhitungan PP (*Payback Period*) menurut Triani (2009) yaitu sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian PP (*Payback Period*):

Jika Payback period lebih pendek waktunya dari *maximum payback period*, maka usulan investasi dapat diterima. Metode ini masih tergolong lemah karena tidak memperhatikan konsep nilai waktu uang serta tidak memperhatikan aliran kas masuk setelah *payback*. Jadi pada umumnya metode ini digunakan sebagai pendukung metode lain yang lebih baik.

3.4.5 Analisis Pemasaran

Pemasaran dianalisis menggunakan pendekatan komoditi. Pendekatan ini melihat fenomena pemasaran dengan cara mempelajari komoditi atau kelompok komoditi yang dianalisis sebagai fokus. *Informan* dalam menentukan pemasaran bibit cabai kecil berkembang terus (*Snowball*) bertujuan *Purposive* sampai data yang dikumpulkan dianggap memuaskan atau jenuh (*Redundancy*). Sedangkan *Key Informan* yang menentukan distribusi atau pemasaran yaitu pemilik usaha bibit cabai kecil di Desa Karanganyar Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.