BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis dan metode yang digunakan

Jenis pada penelitian ini merupakan penelitian yang menggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif. Creswell dalam Raco (2010:7) menjabarkan mengenai definisi metode penelitian kualitatif yaitu salah satu pendekatan atau penelurusan untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Umumnya penelitian kualitatif bersiat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yang menggunakan pendekatan induktif, juga dilakukan dalam situasi yang sebenarnya.

Pada penelitian ini hal yang dianalisis oleh penulis yaitu faktor internal dan faktor eksternal dari bisnis Minum Rempah Indonesia untuk dapat mengalisa SWOT, kemudian penulis menguraikan strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan Minum Rempah Indonesia.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

1. Partisipan

Sumarto dalam Izza (2022:36) mendefinisikan partisipan merupakan seseorang yang terkait dalam pengambilan bagianatau terlibat dalam membantu jalannya riset atau sebuah penelitian dengan memberikan dukungan berupa memberikan sebuah informasi hingga data penelitian yang dibutuhkan. Penelitian ini melibatkan partisipan yang terdiri dari :

Tabel 3. 1 Partisipan Penelitian

Nama	Jabatan
-	Pemilik usaha
-	Karyawan

Sumber : Data diolah Penulis, 2022

Partisipan pada penelitian ini berdasarkan Tabel 3.1 terdiri dua orang yaitu pemilik usaha dan karyawan operasional. Alasan memilih pemilik usaha sebagai

Sheliana, 2023
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MINUM REMPAH INDONESIA (MRI) SEBAGAI WELLNESS TOURISM DI BANDUNG RAYA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

informan dikarenakan mengetahui dan memahami gambaran umum perusahaan. Alasan penulis memilih karyawan operasional dikarenakan mengetahui dan memahami kondisi lingkungan eksternal, internal dan kondisi operasional serta berhadapan langsung dengan konsumen.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian didefinisikan sebagai tempat yang menjadi sumber informasi data yang berkaitan dalam sebuah penelitian. Tempat penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu Outlet Minum Rempah Indonesia cabang Bandung Raya. Outlet Minum Rempah Indonesia terbagi menjadi 4 cabang di Bandung Raya, yaitu :

Tabel 3. 2 Daftar Cabang Minum Rempah Indonesia Bandung Raya

Cabang Outlet Minum Rempah Indonesia	Alamat Cabang
Minum Rempah Indonesia Cibaduyut	Jl.Cibaduyut No.263, Cibaduyut Kidul, Kec.Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40238
Minum Rempah Indonesia Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.346, RT.010/RW.006, Dago, Kec.Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40135
Minum Rempah Indonesia Gegerkalong	Jl. Gegerkalong Girang No.43, Gegerkalong, Kec.Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

Alasan penulis memilih Minum Rempah Indonesia di Bandung Raya yaitu bisnis pertama di Bandung Raya yang menyediakan minuman sehat berbahan dasar rempah tradisional namun dikemas serta disajikan dengan cara modern dengan jenis bisnis yang berbeda pada produk yang sama yaitu food service khususnya juga terletak didaerah yang berpenduduk dengan aktivitas padat.

3.3 Pengumpulan Data

3.3.1 Operasionalisasi instrument penelitian

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian

Pokok Bahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis
Analisis Lingkungan Eksternal	Faktor eksternal merupakan faktor yang berhubungan atau menyangkut dengan kondisi yang terjadi di area luar perusahaan. Lingkungan industri merupakan bagian dari lingkungan eksternal sebuah perusahaan yang menimbulkan unsur-unsur yang penerapannya lebih tearah dan berdampak langsung pada operasionalisasi perusahaan. (Yunus, 2016:76)	Dalam menghadapi persaingan pada lingkungan industri, terdapat pendekatann kompetitif yang berguna untuk mengembangkan strategi yaitu *Porter Five Forces*, terdiri dari : 1. Ancaman adanya pendatang baru 2. Upaya tawar menawar pemasok 3. Upaya tawar-menawar pembeli 4. Ancaman produk atau usaha pengganti 5. Persaingan dengan usaha pada produk atau bidang	Data diperoleh melalui wawancara kepada CEO, observasi, dan dokumentasi mengenai : 1. Ancaman adanya pendatang baru 2. Upaya tawar menawar pemasok 3. Upaya tawar-menawar pembeli 4. Ancaman produk atau usaha pengganti 5. Persaingan dengan usaha pada produk atau bidang yang serupa

Pokok Bahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis
		yang serupa (David, 2017:71-74)	
Analisis Lingkungan Internal	Lingkungan internal merupakan lingkungan didalam perusahaan yang perlu dicermati atau diidentifikasi baik dari segi kekuatan maupun kelemahannya. Faktor lingkungan internal merupakan hal-hal yang menyangkut dengan konsisiyang terjadi didalam perusahaan. (Yatminiwati, 2019:24)	Analisis lingkungan internal : 1. aspek manajemen dan SDM 2. Aspek pemasaran 3. Aspek keuangan 4. Aspek produksi 5. Aspek penelitian dan pengembangan 6. Aspek sistem informasi (David, 2017:96-109)	Data diperoleh melalui wawancara bersama CEO dan Karyawan operasional, observasi, dan dokumentasi terkait : 1. Aspek manajemen SDM 2. Aspek pemasaran 3. Aspek keuangan 4. Aspek produksi
Analisis MRI sebagai Pendukung	Setiap destinasi wisata kebugaran (*wellness tourism*) di	Nilai-nilai *wellness tourism* : 1. Wisdom 2. Luxurious	Data diperoleh melalui wawancara bersama CEO, melalui obeservasi dan

Pokok Bahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis
Wellness Tourism di Bandung Raya	Indonesia memiliki nilai-nilai yang mampu memberikan pengalaman bagi wisatawan dengan motivasi mencari kebugaran dengan berdasarkan budaya yang sudah ada namun dikemas secara inovatif. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019:27)	3. Modernity (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019)	dokumentasi terkait : 1. Wisdom 2. Luxurious 3. Modernity

Sumber : Data diolah Penulis, 2022

3.3.2 Jenis dan sumber data

3.3.2.1 Data Primer

Hardani, dkk (2020:247) mengemukakan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber penelitiannya. Pada penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dilakukan dalam bentuk wawancara dengan para informan dan hasil observasi.

3.3.2.2 Data sekunder

Menurut Hardani, dkk (2020:247) data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh penulis secara tidak langsung dari sumber penelitiannya, yang pada umumnya berbentuk laporan, profil, buku pedoman atau pustaka. Penelitian ini memperoleh data sekunder dari laporan Minum Rempah Indonesia, jurnal, buku, dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.3.3 Teknik pengumpulan data

Penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

   Hardani dkk. (2020:125) mendefinisikan bahwa observasi merupakan salah satu teknik atau cara dalam mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.

   Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung pada salah satu outlet Minum Rempah Indonesia. Hal yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengamati dan mengumpulkan data untuk mengetahui kondisi srategi yang diterapkan oleh Minum Rempah Indonesia berjalan secara efektif atau tidak.

2. Wawancara

   Wawancara merupakan proses tanya jawab lisan yang terdiri dari dua orang atau bisa lebih dilakukan secara langsung serta memiliki maksud atau tujuan tertentu.

   Penulis dalam penelitiannya melakukan teknik wawancara terpimpin dimana hal-hal yang ditanyakan atau dikumpulkan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Penulis melakukan wawancara dengan dua narasumber yaitu CEO dan karyawan operasional dari Minum Rempah Indonesia.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti mengumpulkan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada atau pengambilan data berdasarkan dokumen-dokumen yang sudah ada. (Hardani dkk. 2020:149). Data dokumentasi dari penelitian ini merupakan data dari hasil analisis dokumen-dokumen Minum Rempah Indonesia maupun data dari pihak lain seperti foto perusahaan, laporan keuangan, daftar harga, data jumlah pengunjung, hingga data strategi yang dirancang untuk Minum Rempah Indonesia.

4. Studi literatur

Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari serta memilh buku atau dokumen yang berkaitan dengan menjadi pokok penelitian. Pada penilian ini, penulis memilah dan mempelajari buku, jurnal, skripsi, kajian pustaka, hingga pencarian di internet mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi, pengembangan bisnis, dan analisis SWOT.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Teknik pengolahan data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis pengolahan data model Miles dan Huberman, yaitu sebagai berikut :

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan bagian dari proses analisi yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang, dan mengorganisir data hingga dapat menarik kesimpulan yang dapat di verifikasi.penulis melakukan reduksi data dari awal hingga akhir pengumpulan data, lalu seluruh data yang didapat dipilah atau digolongkan kembali menjadi data yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis berdasarkan analisis SWOT.

2. Penyajian data

Miles dan Huberman dalam Hardani dkk. (2020:167) mendefinisikan penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan

kesimpulan yang dapat ditarik dan pengambilan tindakan. Pada penelitian ini penulis melakukan penyajian data dengan cara menyusun data pada table, bagan, atau gambar. Penulis juga menyajikan data melalui table analisis, seperti analisi SWOT.

3. Penarikan simpulan dan verifikasi

Simpulan merupakan intisari dari seluruh temuan penelitian yang menjabarkan pendapat atau keterangan terakhir berdasarkan pada uraian yang telah dijabarkan sebelumnya. Penulis pada tahap ini menyimpulkan seluruh data berdasarkan pada informasi yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur sehingga hasil enelitian dapat menjawab pertanyaan yang menjadi rumusan masalah pada penelitian.

3.4.2 Teknik analisis data

Menghasilkan gambaran dari keadaan kelemahan, kekuatan, peluang, hingga ancaman dari perusahaan, maka dilakukan perumusan strategi menggunakan teknik analisis data matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, dan matriks SWOT.

3.4.2.1 Tahap Pengumpulan Data

David (2017:170) mengemukakan bahwa tahapan pertama yang harus dilakukan yaitu merangkum segala informasi dasar yang berkaitan dengan perusahaan, hal tersebut dilakukan agar memudahkan memformulasikan sebuah strategi. Berikut penjelasan mengenai tahapan dalam pengumpulan data, antara lain :

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Penulis mengelompokan data-data yang telah didapat dan dianalisis kedalam kategori kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

2. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Tabel 3. 4 Matriks EFE

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang 1. xxxxxxx 2. xxxxxxx 3. xxxxxxx	x,xx	X	x,xx
Ancaman 1. xxxxxxx 2. xxxxxxx 3. xxxxxxx	x,xx	X	x,xx
Total	x,xx		x,xx

Sumber : David, 2017

1) Mengelompokkan hasil pendataan berdasarkan peluang dan ancaman;
2) Beri bobot pada masing-masing faktor hasil, mulai dari nilai 0,0 dianggap tidak signifikan hingga nilai 1,0 dianggap sangat penting. Peluang seringkali lebih besar daripada ancamannya, tetapi ketika ancamannya paling besar, ancamannya juga bisa lebih besar daripada ancamannya. Jumlah semua bobot tidak boleh melebihi 1,00;
3) Setiap faktor eksternal diberi peringkat dari 1 sampai 4 untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini mengatasi faktor tersebut. Peringkat 4 menunjukkan tanggapan sangat baik, peringkat 3 menunjukkan tanggapan di atas rata-rata, peringkat 2 menunjukkan tanggapan cukup baik, dan peringkat 1 menunjukkan tanggapan buruk. Spesifikasi nilai ini mewakili situasi perusahaan. Peluang atau ancaman dapat diklasifikasikan menjadi 1, 2, 3 dan 4 level.
4) Bobot dikalikan skor untuk mendapatkan nilai koefisien. Hasil perkalian menunjukkan penjumlahan tertimbang dari barang-barang

yang dimiliki. Skor total tertinggi adalah 4,0 poin, dan skor total minimum adalah 1,0 poin. Rata-rata keseluruhan adalah 2,5.

5) Memberikan masukan dan tanggapan terhadap proses pembahasan dan evaluasi pemilihan unsur tertentu.
6) Kolom 4 menjumlahkan nilai tertimbang untuk memberikan nilai tertimbang total perusahaan. Skor total di bawah 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak mampu menangkap peluang dan menghindari ancaman eksternal, dan skor total di atas 2,5 menunjukkan bahwa perusahaan berhasil merespons peluang dan ancaman.

Tabel 3. 5 Acuan Pembobotan Matriks EFE

Bobot	Keterangan	Rating	Keterangan
0,01-0,05	Posisi kekuatan dibawah rata-rata	1	Respon buruk
0,06-0,10	Posisi kekuatan rata-rata	2	Respon rata-rata
0,11-0,20	Posisi kekuatan diatas rata-rata	3	Respon melebihi rata-rata
>0,20	Posisi sangat kuat	4	Respon superior

Sumber: David, 2017

3. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Tabel 3. 6 Matriks IFE

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan 1. xxxxxxx 2. xxxxxxx 3. xxxxxxx	x,xx	X	x,xx
Kelemahan 1. xxxxxxx 2. xxxxxxx	x,xx	X	x,xx

3. xxxxxxx			
Total	x,xx		x,xx

Sumber :David, 2017

1. Kelompokkan hasil materi menjadi kekuatan dan kelemahan;
2. Tetapkan bobot untuk setiap faktor hasil, dari 0,0 yang tidak penting hingga 1,0 yang sangat penting. Terlepas dari kekuatan atau kelemahannya, faktor dengan dampak terbesar harus diberi skor tertinggi. Jumlahnya tidak boleh lebih besar dari 1,00;
3. Skor setiap faktor dari 1-4 untuk menunjukkan keefektifan strategi perusahaan saat ini dalam menangani faktor tersebut. 4 titik untuk gaya kuat, 3 titik untuk gaya rendah, dan 2 titik untuk gaya. Kelemahan kecil, skor 1 menunjukkan kelemahan besar. Skor kekuatan adalah 3 atau 4, sedangkan skor kelemahan adalah 1 atau 2. Skor ini bagus untuk melihat situasi internal perusahaan;
4. Kalikan bobot dan skor untuk mendapatkan nilai koefisien. Hasil perkalian menampilkan bobot elemen pada atribut sebagai skor total. Skor total tertinggi adalah 4,0 poin, dan skor total minimum adalah 1,0 poin. Rata-rata 2,5;
5. Memberikan penjelasan dan pendapat tentang kriteria pemilihan dan proses penilaian faktor-faktor tertentu;
6. Tambahkan skor tertimbang perusahaan pada kolom 4 untuk mendapatkan skor tertimbang total. Skor total diberi bobot dari minimal 1,0 hingga maksimal 4,0, dengan skor rata-rata 2,5. Skor total di bawah 2,5 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kelemahan internal, sedangkan skor total di atas 2,5 menunjukkan bahwa perusahaan berjalan dengan baik secara internal.

Tabel 3. 7 Acuan Pembobotan Matriks IFE

Bobot	Keterangan	Rating	Keterangan
0,01-0,05	Posisi kekuatan dibawah rata-rata	1	Kelemahan utama
0,06-0,10	Posisi kekuatan rata-rata	2	Kelemahan kecil
0,11-0,20	Posisi kekuatan diatas rata-rata	3	Kekuatan kecil
>0,20	Posisi sangat kuat	4	Kekuatan utama

Sumber: David, 2017

3.4.2.2 Tahap Pencocokan Data

Tahap pencocokan data dapat digunakan untuk merumuskan sebuah strategi alternatif yang mampu dengan tepat menyeimbangkan faktor eksternal dan internal sebuah perusahaan. Penelitian ini menggunakan tahap pencocokan data matriks SWOT dan matriks IE.

1. Matriks SWOT

IFAS EFAS	*STRENGTH* (S) Tentukan 1-5 faktor-faktor kekuatan internal	*WEAKNESS* (W) Tentukan 1-5 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 1-5 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 1-5 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 3. 1 Matriks Analisis SWOT

Sumber : David, 2017

a. Cantumkan peluang eksternal perusahaan.
b. Sebutkan ancaman eksternal terhadap perusahaan.
c. Cantumkan kekuatan internal utama perusahaan.
d. Buat daftar kelemahan internal utama perusahaan.
e. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mendokumentasikan hasilnya di unit strategis SO.
f. Cocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal dan dokumentasikan hasilnya di unit strategi WO.
g. Cocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal dan dokumentasikan hasilnya di unit strategi ST.
h. Cocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal dan dokumentasikan hasilnya di unit strategi WT.

2. Matriks IE

Matriks IE digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dan juga menghasilkan sebuah stratgei yang lebih mendetail. Matriks IE terbagi menjadi dua dimensi utama yaitu total nilai IFE pada sumbu X serta nilai total EFE pada sumbu Y.

Tabel 3. 8 Acuan Matriks IE

Nilai	Sumbu X (IFE)	Sumbu Y (EFE)
1,0-1,99	Posisi internal lemah	Posisi eksternal rendah
2,0-2,99	Posisi internal rata-rata	Posisi eksternal rata-rata
3,0-4,0	Posisi internal kuat	Posisi eksternal kuat

Sumber: David, 2017

Tabel 3. 9 Matriks IE

Total skor IFE

Total skor EFE	**IFAS / EFAS**	**Kuat 3,0 hingga 4,0**	**Rata-rata 2,0 hingga 2,99**	**Lemah 1,0 hingga 1,99**
	Tinggi 3,0 hingga 4,0	Sel I	Sel II	Sel III
	Rata-rata 2,0 hingga 2,99	Sel IV	Sel V	Sel VI
	Rendah 1,0 hingga 1,99	Sel VII	Sel VIII	Sel IX

Sumber: David, 2017

Matriks IE dibagi atas 3 daerah utama, tiap wilayah memiliki akibat strategi yang berbeda, ialah

- Sel I, II, IV dipaparkan selaku berkembang serta tumbuh (growth and build). Strategi universal yang diterapkan merupakan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk, serta pengembangan pasar) ataupun strategi integratif (integrasi ke depan, integrasi ke balik serta integrasi horizontal) Industri yang sanggup menempatkan usahanya terletak posisi sel I ialah industri yang berhasil
- Sel III, V, VII dikatakan selaku bertahan serta dilindungi (hold and maintain). Strategi universal yang diterapkan merupakan penetrasi pasar serta pengembangan produk.
- Sel VI, VIII, IX dikategorikan selaku panen ataupun divestasi (harvest or divest). Strategi yang biasanya diterapkan merupakan strategi divestasi, diversifikasi, konglomerat, serta likuidasi.

3.4.2.3 Tahap PengambilanKeputusan (QSPM)

Sesi pengambilan keputusan dengan matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan sesi terakhir yang digunakan buat memastikan strategi alternatif. matriks QSPM ialah perlengkapan yang bermanfaat mengevaluasi

alternatif strategi secara objektif berlandaskan hasil analisis dari matriks EFE, IFE dan hasil dari pencocokan analisis SWOT serta IE (David, 2017:184).

Tabel 3. 10 Matriks QSPM

Faktor Kunci	**Strategi Alternatif**				
	Bobot	**Strategi 1**		**Strategi 2**	
		AS	**TAS**	**AS**	**TAS**
Faktor Internal					
Kekuatan :					
1. xxxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
2. xxxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
Kelemahan :					
1. xxxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
2. xxxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
Faktor Eksternal					
Peluang :					
1. xxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
2. xxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
Ancaman :					
1. xxxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
2. xxxxxxxxxxxx	X,xx	x	X,xx	x	X,x
Total			X,x		X,x

Sumber : David, 2017

Langkah-langkah untuk menyusun matriks QSPM meliputi:

1. Di kolom kiri QSPM, masukkan daftar faktor eksternal (peluang dan ancaman terhadap hasil) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Analisis matriks IFE Dalam daftar ini termasuk setidaknya Setidaknya 10 faktor keberhasilan internal dan eksternal bisnis;
2. Perhatikan setiap faktor internal dan eksternal (biarkan sama dengan bobot dalam matriks bobot EFE dan IFE);
3. Uji matriks langkah yang sesuai secara bersamaan Mengidentifikasi strategi alternatif yang lebih baik diterapkan untuk perusahaan;
4. Tentukan skor daya tarik (TAS - AS). AS memiliki arti sebagai nilai numerik yang mewakili daya tarik relative setiap alternatif strategi. Setiap faktor internal dan eksternal harus seimbang saat menentukan skor daya tarik. Membatasi Tanda AS, antara lain:

   Nilai 1 = tidak menarik

   Nilai 2 = agak menarik

   Nilai 3 = Cukup menarik

   Nilai 4 = sangat menarik

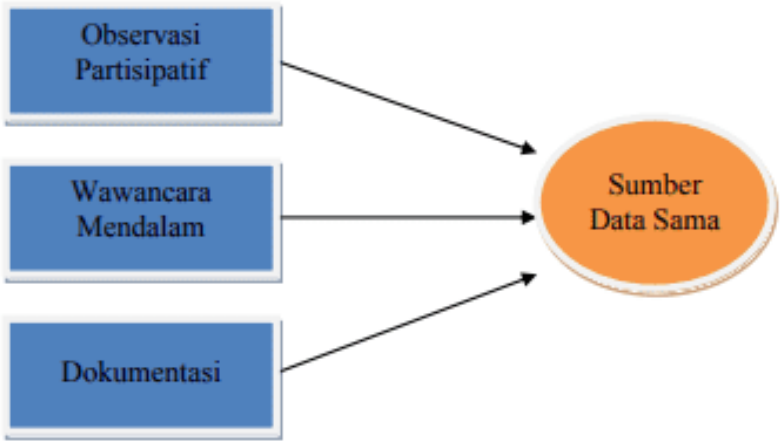
   Jika skor daya tarik merupakan faktor, tidak perlu menetapkannya ke dalam suatu kebijakan tidak mempengaruhi pemilihan strategi produksi;

5. Hitung Total Attractiveness Score (TAS) dari formulir QSPM Tas memberikan indikasi daya tarik relatif masing-masing strategi sehingga menunjukkan strategi yang paling menarik Semakin tinggi TAS, semakin menarik alternatif strateginya Ini. Mempertimbangkan semua aspek eksternal dan Secara internal akan mempengaruhi pertimbangan strategis;
6. Tambahkan Skor Daya Tarik Total (TAS) Jika TAS punya Kemudian perbedaan besar dalam satu set strategi alternative menunjukkan keinginan relatif dari strategi, bukan strategi lain

3.5 Strategi Pembuktian

3.5.1 Triangulasi data

Lincon dan Guba dalam Hardani dkk. (2020:203) mendefinisikan triangulasi merupakan melihat sesuatu dari berbagai sudut. Dapat diartikan bahwa verifikai penemuan menggunakan berbagai sumber data dan berbagai metode pengumpulan data. Hardani dkk, mengungkapkan bahwa tidak hanya terbatas tiga sudut, tetapi bisa lebih atau dua pihak diperbolehkan jika dirasa sudah cukup dan atau tidak memungkinkan untuk menambah menjadi tiga pihak.



Gambar 3. 2 Triangulasi Data

Sumber : Hardani dkk. 2020:155

Triangulasi yang digunakan yaitu dengan dipisahkannya data hasil yang didapatkan melalui metode wawancara bersama partisipan penelitian brdasarkan objek yang menjadi pembahasan. Teknik triangulasi yang digunakan yaitu terletak pada metode pengumpulan data yang berbeda-beda, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.

3.5.2 Pemeriksaan anggota (member checklist)

Proses ini dilakukan dengan jalan melibatkan subjek mereview data/informasi, interpretasi dan laporan hasil penelitian yang telah disiapkan oleh peneliti. Apabila partisipan (subjek) setuju terhadap semua yang dilaporkan peneliti maka kesimpulan hasil penelitian dapat dikatakan dapat dipercaya.

3.6 Logika dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Tahap Persiapan

Peneliti pada tahap ini melakukan seluruh rangkaian persiapan untuk melaksanakan penlitian. Menyiapkan pedoman-pedoman penelitian yang digunakan oleh peneliti selama penelitian.

Tabel 3. 11 Tahapan dalam Penelitian

No	Jenis Data	Uraian	Teknik Pengumpulan Data	Keterangan
1	Gambaran Umum Usaha	a. Sejarah Minum Rempah Indonesia b. Visi misi Minum Rempah Indonesia c. Logo Minum Rempah Indonesia d. Struktur Organisasi Minum Rempah Indonesia e. Pembagian tugas kerja dan tanggung jawab pada usaha Minum Rempah Indonesia	Wawancara dengan pemilik usaha dan melakukan dokumentasi	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*
Analisis Lingkungan Eksternal :				
1	*Porter Five Forces*	1. Ancaman adanya pendatang baru 2. Upaya tawar menawar pemasok 3. Upaya tawar-menawar pembeli	Wawancara bersama CEO, observasi, dan dokumentasi	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*

No	Jenis Data	Uraian	Teknik Pengumpulan Data	Keterangan
		4. Ancaman produk atau usaha pengganti 5. Persaingan dengan usaha pada produk atau bidang yang serupa		
Analisis Lingkungan Internal :				
1	Aspek manajemen dan SDM	1. Manajemen perusahaan 2. Tujuan perusahaan 3. Manajemen SDM 4. Pengorganisasian SDM 5. Kualitas SDM	Wawancara bersama pemilik usaha dan karyawan, observasi, dan dokumentasi	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*
2	Aspek pemasaran	Marketing Mix 4P 1. Produk 2. *Price* (harga) 3. *Place* (tempat) 4. *Promotion* (promosi) 5. *People* (orang) 6. *Process* (proses) 7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)	Wawancara bersama pemilik usaha dan karyawan, observasi, dan dokumentasi	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*
3	Aspek keuangan	1. Modal perusahaan 2. Hasil penjualan 3. Pengelolaan keuangan	Wawancara bersama pemilik usaha dan karyawan, observasi, dan dokumentasi	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*

No	Jenis Data	Uraian	Teknik Pengumpulan Data	Keterangan
4	Aspek produksi	1. Bahan baku 2. Pemasok 3. SOP (Standar Operasional Prosedur) 4. Sarana dan prasarana 5. Pengendalian mutu	Wawancara bersama pemilik usaha dan karyawan, observasi, dan dokumentasi	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*
Analisis MRI sebagai Pendukung *Wellness Tourism* di Bandung Raya :				
1	Nilai-Nilai *Wellness Tourism*	1. Wisdom (Penghormatan atas warisan leluhur) 2. Luxurious (Layanan dikemas secara berkelas) 3. Modernity (Selaras dengan kemajuan teknologi)	Wawancara bersama CEO, melakukan observasi dan dokumentasi.	Panduan pertanyaan wawancara dan *voice recorder*

Sumber : data diolah penulis, 2022

3.6.2 Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dalam mengumpulkan data dan melakukan penelitian. Pada tahap ini, peneliti sudah melaksanakan penelitian kepada objek penelitian menggunakan metode yang telah dirancang untuk mendapatkan data atas rumusan masalah yang telah dibuat.

3.6.3 Tahap Pengolahan Data

Peneliti pada tahap ini telah mendapatkan data dari narasumber yang sudah dapat diolah dan ditulis kedalam laporan penelitiannya. Peneliti mengolah data yang telah didapat, lalu menjabarkan data yang telah didapat setelah itu mengidentifikasi data yang sesuai dengan instrument penelitian lalu data dianalisa

menggunakan teknik yang telah ditentukan untuk mendapatkan hasil sebelum disusun kedalam laporan hasil penelitian sebagai pembahasan.

3.6.4 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 12 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan Ke-1	Bulan Ke-2	Bulan Ke-3	Bulan Ke-4
Mengurus Surat Perizinan				
Mengidentifikasi dan merumuskan masalah				
Mengumpulkan literature				
Membuat daftar pertanyaan dan menentuka informan yang tepat				
Wawancara kepada narasumber				
Wawancara kepada narsumber lainnya				
Menganalisis data				
Melakukan validasi data				
Menyusun hasil penelitian				
Penelitian selesai				