

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Saung Pengkolan 3. Saung Pengkolan merupakan sebuah usaha Restoran yang bertipekan *specialities restaurant* dan tergolong dalam restaurant bintang 1. Sejak tahun 2014 awal Saung Pengkolan 3 telah melayani konsumen baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang datang untuk mencoba masakan khas sunda. Pemilik dari restoran ini adalah Drs. H. Andi, S.Pd yang sudah lama berkecimpung dalam bisnis kuliner. Adapun lokasi Saung Pengkolan beralamat di Jl. Raya Sersan Bajuri depan kampung gajah. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode secara *purposive* (sengaja) dengan penelitian yang berdasarkan kegiatan pengembangan usaha yang sedang diusahakan oleh pihak Saung Pengkolan 3 dalam pengembangan usaha. Penelitian dilakukan dengan cara dua tahapan yaitu: (1) proses penyerahan proposal untuk tahap awal penyesuaian penelitian dengan pihak restoran pada bulan Desember 2017 dan (2) langkah pengumpulan data, pengolahan data, dan selanjutnya langkah analisis data hasil dari penelitian yang dilakukan di Saung Pengkolan 3.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan (Sugiyono 2011, Hal-2).

Lalu didapatkan kembali teori penelitian sebagai suatu usaha untuk menemukan suatu hal menurut metode yang ilmiah sehingga penelitian mempunyai tiga unsur penting yaitu sasaran, usaha untuk mencapai sasaran, serta metode ilmiah. (Purhantara, 2010, Hal-1).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan metode penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif akan digunakan untuk mendapatkan gambaran perkembangan

bisnis Saung Pengkolan dan mengetahui strategi yang cocok untuk mengembangkan bisnis di Saung Pengkolan serta untuk mendapatkan penilaian dari *owner*, karyawan dan konsumen Saung Pengkolan terhadap analisis faktor-faktor internal dari analisis SWOT Saung Pengkolan.

3.3. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang merujuk pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur (Silalahi, 2010, Hal-201).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
FAKTOR INTERNAL				
Manajemen Sumber Daya Manusia	Kualitas sumber daya manusia dalam organisasi (David,2009:178).	Perencanaan	Perencanaan pengembangan usaha	Nominal
		Pengorganisasian	Kesesuaian struktur organisasi	
		Pemberian Motivasi	Pembentukan perilaku pegawai	
		Pengendalian	Kegiatan Restoran	
Pemasaran	Proses pendefinisian mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa (David,2009:198).		Analisis Konsumen	Nominal
			Perencanaan Produk	
			Penjualan Produk	
			Penetapan Harga	

Keuangan	Menganalisis kekuatan dan kelemahan dari sistem keuangan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan (David,2009:204).		Distribusi	
			Riset Pemasaran	
			Analisis Peluang Total sumber dana dan kekuatannya	
			Biaya modal	
			Struktur modal	
			Hubungan baik pemilik dan pemegang saham	
			Kondisi Perpajakan	
			Perencanaan keuangan	
			Modal kerja	
			Kebijakan penilaian persediaan	
			Produksi atau Operasi	
Kapasitas Produksi				
Persediaan Produk				
Kualitas Produk				

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
FAKTOR EKSTERNAL				
Lingkungan Makro	Lingkungan makro terdiri dari kekuatan-kekuatan yang bersifat kemasyarakatan yang lebih besar dan mempengaruhi semua pelaku dalam lingkungan mikro perusahaan (Kotler,2002:159).		Lingkungan Kependudukan	
			Lingkungan Ekonomi	
			Lingkungan Teknologi	
			Lingkungan Politik dan Hukum	

			Lingkungan Sosial Budaya	
Lingkungan Industri	Lingkungan industri adalah tingkatan dari lingkungan eksternal organisasi yang menghasilkan komponen-komponen yang secara normal memiliki dampak yang lebih spesifik dan langsung terhadap operasional perusahaan (Kotler, 2002:161)	Ancaman Pendatang Baru	Pengaruh pendatang baru terhadap konsumen	Nominal

3.4. Populasi, Sample, Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan selanjutnya ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014, Hal-61).

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di rumah makan Saung Pengkolan 3. Target populasi yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang untuk bersantap makan di Saung Pengkolan 3.

Berdasarkan data yang didapat, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Saung Pengkolan 3 sebanyak 35.972 pengunjung dan rata-rata per bulannya 2.998 pengunjung.

3.4.2 Sample

Menurut Sugiyono (2014, Hal-62), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai/cocok dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun bisa keliru (Tika, 2006:33). Sampel terdiri atas konsumen yang datang ke Saung Pengkolan 3

untuk bersantap makan dan dirasa cocok. Penelitian ini menggunakan rumus Yamane dengan populasi data pengunjung berjumlah 2.998 orang selama tahun 2017.

Menurut Riduwan dalam Neolaka (2014:92), rumus Yamane adalah sebagai berikut:

$$n = N : (Nd^2 + 1)$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Batas toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel yang dipakai. Signifikan 5%.

Berdasarkan rumus diatas, diketahui jumlah populasi 13.306 orang, dengan presisi 5% maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= 2.998 : ((2.998 \times (0,1)^2 + 1)) \\ &= 96.77 \sim 97 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, didapat jumlah sampel yang menjadi responden pada penelitian ini adalah 97 orang dari konsumen Saung Pengkolan 3 untuk mengetahui penilaian mengenai faktor-faktor SWOT Saung Pengkolan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang dijabarkan ke dalam beberapa teknik, yaitu:

- Teknik Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

- Teknik Pengamatan/Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

- Teknik Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen ada yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen juga berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seperti karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

3.6. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian menjadi faktor yang sangat penting, karena sumber data akan meyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data (Purhantara, 2010:79). Sumber data dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan (Indriartoro dan Supomo dalam Purhantara, 2010:79). Sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil dari observasi, wawancara kepada pemilik serta penyebaran kuesioner kepada konsumen dan karyawan Saung Pengkolan 3.

b. Data Sekunder

Menurut Indriartoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79) data sekunder diperoleh dengan cara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi, data kearsipan, dokumen, laporan-laporan, serta buku-buku, dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Sumber data

sekunder dalam penelitian ini merupakan data hasil dokumentasi pada data badan pusat statistik, data perusahaan, dan portal berita online.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2011:267) adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Berikut ini adalah hasil penghitungan uji validitas hasil penelitian yang telah diuji dengan aplikasi spss 16 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Validitas

No. Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,850	0,361	Valid
2.	0,605	0,361	Valid
3.	0,910	0,361	Valid
4.	0,792	0,361	Valid
5.	0,814	0,361	Valid
6.	0,733	0,361	Valid
7.	0,749	0,361	Valid
8.	0,704	0,361	Valid
9.	0,884	0,361	Valid
10.	0,881	0,361	Valid
11.	0,798	0,361	Valid

No. Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Keterangan
12.	0,767	0,361	Valid
13.	0,843	0,361	Valid
14.	0,863	0,361	Valid
15.	0,837	0,361	Valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2007), reliabilitas berarti ukuran suatu stabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel; Jika nilai Alpha < 0,60 maka tidak reliable.

Hasil perhitungan uji reliabilitas yang telah diuji dengan menggunakan aplikasi spss 16 adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.985	15

3.8 Metode Pengumpulan Data

Menurut David (2011:323) metode pengumpulan data merupakan teknik memperoleh data lalu dianalisis berdasarkan konsep-konsep manajemen strategis yang telah ada. Analisis pada data akan dilakukan melalui analisis deskriptif kualitatif

dan kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran visi, misi serta menggambarkan lingkungan perusahaan terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki perusahaan dan perumusan strategi yang akan dilakukan dengan menggunakan teknik analisis SWOT, analisis matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, kuadran SWOT, dan matriks QSPM yang akan menghasilkan alternative strategi yang memungkinkan untuk dilakukan dalam pengembangan perusahaan.

Menurut David (2011:324), penyusunan suatu strategi dilakukan melalui tiga tahapan kerja yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan.

3.8.1 Tahap Input

Menurut David (2009:156) dalam tahap ini akan dilakukan pengumpulan data dan informasi untuk merumuskan matriks faktor internal dan eksternal. Faktor internal dilakukan dengan cara menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, selanjutnya faktor eksternal dilakukan dengan cara menganalisis peluang dan ancaman dari lingkungan usaha Saung Pengkolan 3. Setelah faktor-faktor tersebut terkumpul, langkah selanjutnya dilakukan analisis menggunakan matriks IFE dan EFE.

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Pada pelaksanaan penelitian ini penulis akan mengumpulkan data dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari lingkungan perusahaan Saung Pengkolan 3. Setelah itu akan dilakukan pengelompokkan kategori yang sesuai untuk selanjutnya dilakukan analisis. Faktor internal dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan kuisisioner karyawan Saung Pengkolan 3. Analisis faktor eksternal dianalisis berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner kepada konsumen Saung Pengkolan3.

2. Matriks EFE

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mnevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan kompetitif. Menurut David (2009: 158). Contoh dari Matriks EFE adalah sebagai berikut

Tabel 3.3**Matriks EFE**

Faktor-faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Peluang			
Ancaman			
Total	1,0		

(Sumber : David 2009: 160)

3. Matriks IFE

Menurut David (2009: 229), matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan di antara area tersebut. Penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan matriks IFE, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar tanpa celah. Pemahaman yang menyeluruh mengenai faktor-faktor yang tercakup di dalamnya lebih penting daripada angka-angka yang ada. Contoh dari Matriks IFE adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Matriks IFE

Faktor-faktor internal utama	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1.0		

(Sumber: David, 2009: 231)

3.8.2 Tahap Pencocokan

Pada tahap pencocokan ini digunakan alat bantu berupa matriks IE dan kuadran SWOT.

1. Matriks IE

Menurut David (2009: 233) matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda, yaitu : 1. Divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (grow and build). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. 2. Divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (hold and maintain). 3. Divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, IX adalah panen atau divestasi (harvest or divest). Organisasi yang berhasil mampu mencapai portofolio bisnis masuk atau berada di seputar sel I dalam matriks IE.

2. Kuadran SWOT

Adapun keterangan kuadran SWOT berikut menurut Rangkuti (2011:199) yaitu:

- Kuadran 1, merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan untuk mendukung kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).
- Kuadran 2, pada kuadran ini meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (*produk/pasar*).
- Kuadran 3, perusahaan menghadapi peluang besar, tetapi dilain sisi perusahaan menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matriks. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 4, situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.



Gambar 2.2 Analisis Kuadran SWOT

Sumber: Rangkuti, (2011:200)

3.8.3 Tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Umar (2008, Hal-245) QSPM adalah alat yang biasa digunakan untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan *key success factors* internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, tujuan dari QSPM adalah untuk menetapkan kemenarikan relatif (*relative attractiveness*) dari strategi-strategi variasi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan.

Seperti alat analisis untuk memformulasikan strategi lainnya, QSPM juga membutuhkan *intuitive judgment* yang baik. Contoh dari matriks QSPM adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4
Contoh QSPM

Aalternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2	
Faktor- faktor utama	Bobot	AS	TAS	AS	TAS
Peluang					
Ancaman					
	1,00				
Kekuatan					
Kelemahan					
Total	1,00				

Sumber : David, (2009:352)