

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan bagian penting dari sebuah penelitian, yang menjadi titik fokus penelitian tersebut. Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain bila perlu. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi yang baik untuk pengembangan bisnis Primadeva Utama Catering.

Subjek penelitian dilakukan di Primadeva Utama Catering yang beralamat di jalan Kakatua II No. 116, Kelurahan Parang, Kecamatan Mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Katering ini sudah berdiri sejak tahun 1986, Katering ini merupakan salah satu katering yang besar di Kota Makassar yang sudah terbiasa melayani *event-event* besar.

Pendiri katering ini adalah Ibu Aszah Wajalla, berawal dari modal pribadi awalnya katering ini hanya melayani pesanan tumpeng namun, seiring berjalannya waktu katering ini mulai berkembang hingga dapat melayani *event-event* besar seperti *wedding*, acara pemerintahan, organisasi masyarakat, acara perusahaan-perusahaan besar dan lain sebagainya. Perusahaan ini membuka anak perusahaan baru yang melayani di bagian penyewaan alat pesta dan dekorasi di tahun 2013 seperti tenda, kursi, *air conditioner*, alat dekorasi dan lain sebagainya. Perusahaan tersebut bernama Primadeva Eksotika.

Pemilik Primadeva Utama Cateing sekarang yaitu Ibu Irza Masdayeni yang merupakan anak kandung dari Ibu Aszah Wajalla mengizinkan penulis melaksanakan penelitian disana. Peneliti memilih Primadeva Utama Catering sebagai subjek penelitian dikarenakan Primadeva Utama Catering merupakan salah satu katering yang besar di kota Makassar, tetapi jumlah pendapatan dan pemesanan Primadeva Utama Catering turun dalam jangka waktu 3 tahun terakhir.



Gambar 3.1

Logo Primadeva Utama Catering Makassar

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis pada penelitian adalah metode kuantitatif deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif ini merupakan untuk pemecahan masalah secara sistematis dan faktual mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi. Pendekatan kuantitatif akan digunakan untuk mendapatkan penilaian dari karyawan Primadeva Utama Catering dan konsumen Primadeva Utama Catering terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dari analisis SWOT Primadeva Utama Catering.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan fakta-fakta atau kejadian dan data yang ada, kemudian data tersebut diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang dipelajari dan dijadikan sebagai bahan pembahasan sehingga pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan saran terbaik bagi tempat dan pengelola yang dijadikan subjek penelitian.

3.3. Operasional Variabel

Tabel 3.1.
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala
<i>Strategi Pengembangan bisnis</i>	Manajemen strategik merupakan sebuah proses untuk menghasilkan berbagai keputusan dan tindakan strategis yang akan menunjang pencapaian tujuan perusahaan (Solihin, 2012).	Aspek-aspek lingkungan internal perusahaan meliputi: 1. Penjualan 2. Pemasaran 3. Sumber daya manusia 4. Produksi (Rangkuti, 2015)	Data diperoleh dari <i>owner</i> Primadeva Utama Catering melalui wawancara meliputi: 1. Produk a. Dekorasi b. Menu makanan • Penampilan • Porsi • Harga • Bentuk • Temperatur • Rasa - <i>Price</i> - <i>Place</i> - <i>Process</i> 2. Pemasaran a. Segmen pasar b. Target pasar c. Posisi d. Promosi 3. Sumber daya manusia a. Kualifikasi SDM - Jumlah karyawan - Pendidikan - <i>Skill</i> - <i>Attitude</i> 4. Produksi a. Ruang penyimpanan b. Pemasok • Standarisasi pengadaan bahan baku - Waktu kegiatan - Pihak yang terlibat - Pengawasan pemasok - Evaluasi kinerja pemasok	Nominal

			<p>Data diperoleh dari karyawan Primadeva Utama Catering melalui kuisioner meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia <ol style="list-style-type: none"> a. Gaji dan pekerjaan <ul style="list-style-type: none"> - Keadilan gaji - Pembagian tugas - Kebebasan bekerja b. Atasan <ul style="list-style-type: none"> - Dukungan atasan - Pemecahan masalah oleh atasan - Pengambilan keputusan oleh atasan c. Lingkungan kerja <ul style="list-style-type: none"> - Kenyamanan bekerja - Sosialisasi dengan rekan kerja - <i>Team work</i> 	Interval
			<p>Data diperoleh dari konsumen Primadeva Utama Catering melalui kuesioner meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia <ol style="list-style-type: none"> a. Kualitas karyawan <ul style="list-style-type: none"> - Penampilan - Kemampuan - Etika 2. Produk <ol style="list-style-type: none"> a. Menu makanan <ul style="list-style-type: none"> - Warna - Penampilan - Porsi - Bentuk - Aroma - Rasa <ul style="list-style-type: none"> • <i>Price</i> • <i>Physical Evidence</i> • <i>Process</i> 3. Produksi <ol style="list-style-type: none"> a. Ketepatan waktu b. <i>Hygiene</i> peralatan makan dan pesta c. Kelengkapan peralatan makan dan pesta 	Interval

		Aspek-aspek lingkungan eksternal perusahaan meliputi: a. Lingkungan Makro 1. Budaya 2. Ekonomi 3. Perdagangan	Data diperoleh dari katalog <i>website</i> Badan Pusat Statistik Kota Makassar melalui teknik dokumentasi meliputi: 1. Budaya 2. Ekonomi 3. Perdagangan 4. Kondisi Sosial	Interval
		b. Lingkungan Mikro 1. Pesaing (Rangkuti, 2015)	Data diperoleh dari konsumen Primadeva Utama Catering melalui kuesioner meliputi: 1. Persaingan antar industri	Interval

Sumber: Data diolah (2019)

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah *Owner* Primadeva Utama Catering, karyawan Primadeva Utama Catering dan konsumen Primadeva Utama Catering. Target konsumen Primadeva Utama Catering yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah klien yang menggunakan jasa Primadeva Utama Catering.

Berikut data pemesanan dan jumlah porsi yang dipesan selama tahun 2018:

Tabel 3.2

Jumlah *Event* dan Porsi Tahun 2018 Primadeva Utama Catering

Bulan	Jumlah Event
Januari	33
Februari	23
Maret	33
April	32
Mei	42
Juni	59
Juli	31
Agustus	45

September	30
Oktober	38
November	31
Desember	45
TOTAL	442

Sumber : Data Primadeva Utama Catering (2018)

3.4.2 Sampel

Sampel yang baik yaitu sampel yang memiliki populasi atau yang representatif artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal tetapi walaupun mewakili sampel bukan merupakan duplikat dari populasi. Sampel pada penelitian ini terdiri atas klien yang menggunakan jasa Primadeva Utama Catering dan dianggap cocok. Penelitian ini menggunakan rumus Isac dan Michael dengan populasi sebanyak 442 terhitung selama *event* tahun 2018.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Isac dan Michael dalam menentukan sampel untuk konsumen Primadeva Utama Catering dengan data jumlah konsumen pada tahun 2018 adalah 442. Penentuan besaran sampel dengan rumusan Isac dan Michael sebagai berikut:

Tabel 3.3

Tabel Isac dan Michael Untuk Penentuan Jumlah Sampel

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Sumber : (Wahyudi, 2017)

Berdasarkan uraian tabel Isac dan Michael tersebut maka jumlah sampel yang dijadikan responden pada penelitian ini dilihat dari jumlah populasi 442 orang di tahun 2018 dan tingkat error 10% adalah sebanyak 168 orang, dengan respondenya tertuju yakni konsumen Primadeva Utama Catering.

3.4.3 Teknik Sampling

Tekni sampling, atau disebut juga dengan prosedur sampling (*sampling procedures*) pada umumnya terbagi atas 2, yaitu:

1. Teknik sampel probabilitas atau *sampling* probabilitas. Teknik penarikan sampel probabilitas dilakukan dengan menggunakan panduan matematis berdasarkan teori kemungkinan (*probability theory*) di mana peluang setiap unit untuk terpilih sebagai sampel telah dapat diketahui. Teknik penarikan sampel probabilitas dilakukan dengan cara memilih atau menarik sampel secara acak (*random*) dari suatu daftar yang berisi seluruh nama anggota populasi yang tengah diambil sampelnya.
2. Teknik sampel nonprobabilitas atau *sampling* non-probabilitas merupakan teknik penarikan sampel yang tidak mengikuti panduan probabilitas matematis. Namun demikian, karakteristik paling penting yang membedakan kedua tipe sampel adalah bahwa *sampling* probabilitas memungkinkan peneliti untuk menghitung jumlah kesalahan *sampling* (*sampling error*) pada suatu penelitian, sedangkan *sampling* nonprobabilitas tidak.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan yang merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Kelebihan dari teknik pengumpulan data observasi merupakan alat

yang langsung untuk meneliti bermacam-macam gejala. Banyak aspek-aspek tingkah manusia hanya dapat diamati melalui observasi langsung dan dapat mencatat secara serampak dengan terjadinya sesuatu gejala.

2. Kuesioner

Metode kuesioner yang merupakan suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Peneliti akan menyebarkan angket kepada responden (orang-orang yang menjawab jadi yang diselidiki) terutama pada penelitian survey untuk memperoleh data. Tujuan dilakukannya kuesioner atau angket ini untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dan memperoleh informasi mengenai suatu masalah secara serentak. Kuesioner yang diajukan harus kuesioner yang sudah valid dan reliabel, sehingga hasil dari kuesioner tersebut menjadi akurat.

3. Wawancara

Proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam nama dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan Tujuan wawancara itu sendiri ialah untuk mengumpulkan informasi dan bukannya untuk merubah ataupun mempengaruhi pendapat responden.

Wawancara dilakukan kepada pemilik Primadeva Utama Catering serta karyawannya. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara langsung.

4. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data berupa penjualan perusahaan selama 3 tahun terakhir, sejarah perkembangan perusahaan yang diolah kembali oleh penulis dan foto-foto yang bersangkutan dengan perusahaan.

3.6. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder. Sumber data di dalam penelitian merupakan

faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Penelitian ini memperoleh sumber data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data statistik yang diperoleh atau bersumber secara langsung atau dari tangan pertama (*first hand data*). Sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil dari observasi, wawancara kepada pemilik dan karyawan serta penyebaran kuesioner kepada konsumen Primadeva Utama Catering.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data statistik yang diperoleh atau bersumber secara tidak langsung atau dari tangan kedua (*second hand data*). 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

Validitas merupakan kualitas yang menunjukkan kesesuaian antara alat pengukur dengan tujuan yang diukur/apa yang seharusnya diukur. Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

3.7.1.1 Uji Validitas Kuesioner Konsumen

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for Windows* Versi 25.0. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 30 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0.3061, untuk $df = 30-2=28$; $\alpha = 0.1$ maka item/pernyataan tersebut valid.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen Variabel SDM

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Keterangan
------------	-------------------	---------------------------	-----------------	--------------------------	-------------------

Kuantitas Karyawan					
1.	Kuantitas Karyawan	0,837	>	0,306	Valid
Kualitas Karyawan					
1.	Penampilan	0,790	>	0,306	Valid
2.	Etika	0,744	>	0,306	Valid
3.	Kemampuan	0,694	>	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas SDM dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel SDM yang terdiri dari 4 item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} tertinggi pada item pertanyaan “Kuantitas karyawan” dengan nilai sebesar 0.837 dan r_{hitung} terendah sebesar 0.694 pada item pertanyaan “Kemampuan”.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Produk

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Keterangan
Produk					
1.	Warna	0,773	>	0,306	Valid
2.	Penampilan	0,675	>	0,306	Valid
3.	Porsi	0,404	>	0,306	Valid
4.	Bentuk	0,620	>	0,306	Valid
5.	Aroma	0,661	>	0,306	Valid
6.	Rasa	0,548	>	0,306	Valid
7.	Price	0,355	>	0,306	Valid
8.	Physical Evidence	0,432	<	0,306	Valid
9.	Process	0,322	<	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas penjualan dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden, 7 item dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan 2 item dinyatakan tidak valid karena r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel penjualan yang terdiri dari 9 item pertanyaan dengan 9 item dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} tertinggi

pada item pertanyaan “Warna” dengan nilai sebesar 0.773. Item pertanyaan yang tidak valid adalah item “*physical evidence*” dengan nilai 0,282 dan item “*process*” dengan nilai 0,132.

Tabel 3.6
Hasil Uji Kuesioner Konsumen Variabel Produksi

No.	Pernyataan	R _{hitung}	><	R _{tabel}	Keterangan
Ketepatan Waktu					
1.	Ketepatan waktu	0.529	>	0,306	Valid
Hygiene Peralatan					
1.	Hygiene peralatan makan dan pesta	0.457	>	0,306	Valid
Kelengkapan Peralatan					
1.	Kelengkapan peralatan makan dan pesta	0.754	>	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas produksi dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel produksi yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} tertinggi pada item pertanyaan “Kelengkapan peralatan makan dan pesta” dengan nilai sebesar 0.754 dan r_{hitung} terendah sebesar 0.457 pada item pertanyaan “Hygiene peralatan makan dan pesta”.

Tabel 3.7
Hasil Uji Kuesioner Konsumen Variabel Persaingan Industri Katering

No.	Pernyataan	R _{hitung}	><	R _{tabel}	Keterangan
Persaingan					
1.	Persaingan antar industri katering	1.000	>	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas persaingan industry catering dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel SDM yang terdiri dari 1 item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} pada item pertanyaan “Persaingan antar indutri catering” adalah sebesar 1.000.

3.7.1.2 Uji Validitas Kuesioner Karyawan

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for Windows* Versi 25.0. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 30 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0.3061, untuk $df = 30-2=28$; $\alpha = 0.1$ maka item/pernyataan tersebut valid.

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Gaji dan Pekerjaan

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Keterangan
Gaji dan Pekerjaan					
1.	Keadilan gaji	0.747	>	0,306	Valid
2.	Pembagian kerja	0.856	>	0,306	Valid
3.	Kebebasan bekerja	0.762	>	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas gaji dan pekerjaan dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel gaji dan pekerjaan yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} tertinggi pada item pertanyaan “Pembagian kerja” dengan nilai sebesar 0.856 dan r_{hitung} terendah sebesar 0.747 pada item pertanyaan “Keadilan gaji”.

Tabel 3.9

Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Atasan

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Keterangan
Atasan					

1.	Dukungan atasan		0,710	>	0,306	Valid
2.	Pemecahan masalah oleh atasan		0,727	>	0,306	Valid
3.	Pengambilan keputusan oleh atasan		0,748	>	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas atasan dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel atasan yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} tertinggi pada item pertanyaan “Pengambilan keputusan oleh atasan” dengan nilai sebesar 0.748 dan r_{hitung} terendah sebesar 0.710 pada item pertanyaan “Dukungan atasan”.

Tabel 3.10

Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Lingkungan Kerja

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Keterangan
Lingkungan Kerja					
1.	Kenyamanan bekerja	0.750	>	0,306	Valid
2.	Sosialisasi dengan rekan kerja	0.750	>	0,306	Valid
3.	<i>Team work</i>	0.687	>	0,306	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas lingkungan kerja dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel lingkungan kerja yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun perolehan nilai r_{hitung} tertinggi pada item pertanyaan “Kenyamanan bekerja” dan item “Sosialisasi dengan rekan

kerja” dengan nilai sebesar 0.750 dan r_{hitung} terendah sebesar 0.687 pada item pertanyaan “*Team work*”

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya.

Kolerasi *alpha cronbach* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Penelitian ini juga menggunakan rumus *alpha cronbach* yakni sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

$\sigma 1^2$ = Varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ = Nilai varians

x = Jumlah skor yang dipilih

n = Jumlah sampel

Hasil uji reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

- Jika koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikan 5% maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika koefisien $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.11

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Karyawan

No.	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Keterangan
1.	Gaji dan Pekerjaan	0,839	0,700	Reliable
2.	Atasan	0,729	0,700	Reliable
3.	Lingkungan Kerja	0,734	0,700	Reliable

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* dapat diketahui bahwa hasil pengukuran reliabilitas untuk variabel gaji dan pekerjaan, atasan, dan lingkungan kerja dinyatakan **reliabel** dengan perolehan nilai gaji dan pekerjaan yaitu 0,839, atasan sebesar 0,729, sedangkan lingkungan kerja memperoleh nilai 0,734 yang berarti lebih besar dari Ca minimal 0,70 dan dinyatakan **reliabel**.

Tabel 3.12

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Konsumen

Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

No.	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Keterangan
1.	SDM	0,766	0,700	Reliable
2.	Produk	0,738	0,700	Reliable
3.	Produksi	0,808	0,700	Reliable
4.	Persaingan Industri Katering	1.000	0,700	Reliable

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* dapat diketahui bahwa hasil pengukuran reliabilitas untuk variabel SDM dan persaingan industry katering dinyatakan **reliabel** dengan perolehan nilai SDM yaitu 0,766 dan persaingan industry katering sebesar 1.000, sedangkan produk memperoleh nilai 0,738 dan produksi memperoleh nilai 0,808 yang berarti juga lebih besar dari Ca minimal 0,70 dan dinyatakan **reliabel**.

3.8. Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deksriptif, dimana penulis akan mengolah data dengan cara mendeskripsikan data untuk mengetahui gambaran dari eksternal (peluang dan ancaman) dan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) perusahaan yang diteliti. Kemudian akan dilakukan permusan strategi menggunakan teknik analisis SWOT, analisis matriks IFAS, analisis EFAS, Kuadran SWOT dan matriks QSPM. Dari analisis tersebut akan dihasilkan alternatif strategi yang akan diolah lagi oleh penulis sehingga

menghasilkan formulasi strategi yang bertujuan untuk mengembangkan perusahaan tersebut.

3.8.1 Tahap Input

Tahap ini merupakan tahap pengumpulan data dan informasi untuk merumuskan matriks faktor internal dan eksternal. Faktor internal dilakukan dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, kemudian analisis faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dari lingkungan usaha Primadeva Utama Catering. Setelah faktor-faktor tersebut terhimpun, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS.

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis akan menghimpun data dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari lingkungan usaha Primadeva Utama Catering. Kemudian akan dilakukan pengelompokkan kedalam kategori yang sesuai untuk selanjutnya dilakukan analisis. Faktor internal dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan Primadeva Utama Catering. Analisis faktor eksternal dilakukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Primadeva Utama Catering.

2. Matriks EFAS

Sebelum penulis menentukan strategi yang akan diterapkan, penulis akan menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Setelah itu diterapkan pada matriks EFAS yang bertujuan untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan kompetitif.

Adapun contoh matriks EFAS yang dijelaskan oleh Freddy Rangkuti (2015) sebagai berikut :

Tabel 3.13
Matriks EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Peluang :				
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxxx
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxxx
3. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxxx
4. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxxx

5. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
Ancaman :				
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
3. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
4. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
5. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
TOTAL	x,xx		x,xx	

Sumber : (Rangkuti, 2015)

3. Matriks IFAS

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, penulis akan menyusun suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk memerumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Alat perumusan strategi ini berfungsi meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut. Penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan matriks IFAS, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar-benar tanpa celah. Adapun contoh matriks IFAS menurut Freddy Rangkuti (2015) sebagai berikut:

Tabel 3.14
Matriks IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Kekuatan :				
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
3. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
4. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
5. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
Kelemahan :				
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
3. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
4. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
5. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxxxx
TOTAL	x,xx		x,xx	

Sumber: (Rangkuti, 2015)

3.8.2 Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan ini menggunakan alat bantu berupa matriks IE dan kuadran SWOT.

1. Matriks IE

Matriks internal dan eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric (GE-Model)*. Parameter yang digunakan meliputi kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis yang lebih dikenal.

Matriks internal dan eksternal terdiri dari dua dimensi, yaitu nilai total dari matriks IFAS pada sumbu Y dari nilai total dari matriks EFAS pada sumbu X skornya ada tiga, yaitu skor 1,0 – 1,99 menyatakan bahwa posisi internal lemah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata, dan 3,0 – 4,0 adalah kuat yang ditetapkan dari sebelah kanan ke sebelah kiri. Cara yang sama, untuk sumbu Y skornya ada tiga juga, yaitu skor 1,0 – 1,99 menyatakan bahwa posisi eksternal adalah rendah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata dan 3,0 – 4,0 adalah tinggi yang ditetapkan dari bawah keatas.

1. <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2. <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3. <i>Retrenchment</i> <i>Turnaround</i>
4. <i>Stability</i> Hati-hati	5. <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <i>Stability</i> Tak ada perubahan strategi	6. <i>Retrenchment</i> <i>Captive Company</i> atau <i>Divestment</i>
7. <i>Growth</i> Difersifikasi Konsentrik	8. <i>Growth</i> Difersifikasi Konglomerat	9. <i>Retrenchment</i> Bangkrut atau Likuidasi

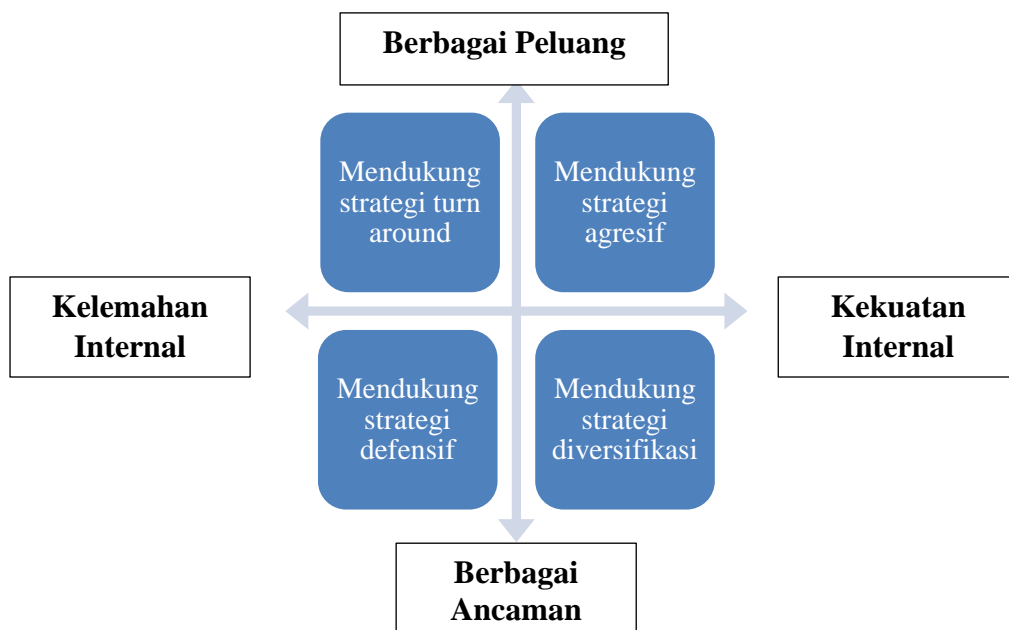
Sumber: (Rangkuti, 2015)

Gambar 3.2
Matriks Internal Eksternal (IE)

2. Kuadran SWOT

Adapun keterangan dari kuadran SWOT diatas yaitu sebagai berikut:

- 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.



Sumber: (Rangkuti, 2015)

Gambar 3.3
Analisis Kuadran SWOT

Setelah melalui kuadran SWOT, selanjutnya data dianalisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan. Berikut merupakan tabel matriks analisis SWOT:

Tabel 3.15
Matriks Analisis SWOT

	<i>STRENGTHS (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki	<i>WEAKNESSES (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Daftar semua peluang yang dimiliki	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREATS (T)</i> Daftar semua ancaman yang dimiliki	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2015)

3.8.3 Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap pengambilan keputusan merupakan tahap terakhir yang digunakan untuk menentukan strategi alternatif merupakan tahap terakhir yang digunakan untuk menentukan strategi alternatif yang dipilih. Tahap pengambilan keputusan dapat dilakukan menggunakan matriks *Quantitative Strategic Matriks (QSPM)* yaitu teknik yang dipakai pada tahap tiga (*stage 3*) dari kerangka kerja analisis formulasi strategi teknik ini secara jelas menggunakan strategi alternatif mana yang paling cocok untuk dipilih. QSPM adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara

objektif, berdasarkan *key succes factor* internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Jadi, secara konseptual, tujuan QSPM adalah untuk menetapkan kemenarikan relatif (*relative attractiveness*) dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah dipilih untuk diimplementasi. Berikut ini adalah contoh bentuk dasar dari QSPM menurut Husein Umar :

Tabel 3.16
Matriks QSPM

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Strategi A		Strategi B	
		AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan :					
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
Kelemahan :					
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
Peluang :					
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
Ancaman :					
1. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,x	x	x,x

Sumber: (Husein Umar, 2010)