

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan bisnis RM Mang Yeye yang terletak di Jl. Raya Kalijati Timur, Kalijati Subang. Pemilihan lokasi ini penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan mempertimbangkan penelitian yang dilakukan berdasarkan pada kegiatan pengembangan usaha. Kegiatan penelitian dilakukan dengan melalui dua tahapan yaitu : (1) proses penyusunan proposal sebagai tahap penelitian pendahuluan pada bulan Februari

2018 (2) Pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data sebagai hasil penelitian yang dilakukan.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Menurut Darmadi (2013:153), Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri- ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan peneliti dengan metode yaitu penelitian Deskriptif Kuantitatif

3.3 Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2002 : 36) pengertian Variabel sebagai berikut : “variabel adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang yang

mempunyai variansi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing- masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Strategi Pengembangan Bisnis	Manajemen Strategik (Strategik Management) merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dihasilkan dari proses formulasi dan implementasi rencana dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif menurut Solihin (2012:64)	Aspek-aspek lingkungan internal perusahaan meliputi: 1. Penjualan 2. Pemasaran 3. Sumber daya manusia Rangkuti (2015:170-172) Aspek-aspek lingkungan eksternal perusahaan meliputi: A. Lingkungan Makro 1. Budaya 2. Ekonomi 3. Perdagangan B. Lingkungan Mikro 1. Pemasok Rangkuti, (2015:167-170)	Data diperoleh dari pemilik Rumah makan Mang Yeye melalui wawancara meliputi: <u>1. Penjualan</u> 2. Pemasaran Meliputi : - Produk - Makanan ▪ Penampilan ▪ Porsi ▪ Harga ▪ Bentuk ▪ Rasa - Pemasok ▪ Standarisasi pengadaan bahan baku ▪ Waktu kegiatan ▪ Pihak yang terlibat ▪ Pilihan pemasok ▪ Evaluasi kinerja pemasok 3. Sumber daya manusia Data diperoleh dari konsumen RM Mang Yeye melalui kuesioner meliputi: 1. Sumber daya manusia a. Kuantitas karyawan b. Kualitas karyawan - Pendidikan - Pengalaman	Interval

Diki Zulfikar, 2019

STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Volume penjualan	Volume Penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas diperdagangkan dalam suatu masa tertentu	Pihak perusahaan dapat mengetahui keuntungan yang didapat	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor Penjualan • Kondisi dan kemampuan penjualan • Kondisi pasar • Kondisi internal restoran • Faktor faktor lain • Analisis penjualan • Evaluasi penjualan
------------------	--	---	---

3.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (1998, hlm. 44), sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Menurut Sutopo (2006:56-57), Sumber data adalah tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen. Menurut Moleong (2001, hlm. 112), pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan- kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Informasi dari pelanggan RM Mang Yeye
- b. Informasi dari Pemilik Restoran RM Mang Yeye
- c. Informasi dari Karyawan Restoran RM Mang Yeye

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh bukan secara langsung dari sumbernya. Penelitian ini sumber data sekunder yang dipakai adalah sumber tertulis seperti sumber buku, majalah ilmiah, dan dokumen-dokumen dari pihak yang terkait mengenai masalah Restoran dan Café pada umum nya.

Diki Zulfikar, 2019

STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5 Pengertian Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115) mendefinisikan Populasi adalah sebagai berikut: “Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”Populasi dalam penelitian ini adalah owner, pegawai dan konsumen chibo cafe. Berikut merupakan populasi konsumen RM Mang Yeye selama 1 minggu :

Tabel 3.2

Data Pengunjung Rumah Makan Mang Yeye

Tanggal	Pengunjung
17 September 2018	36
18 September 2018	37
19 September 2018	25
20 September 2018	60
21 September 2018	93
22 September 2018	125
23 September 2018	80
Total	456

(Sumber: Rumah Makan Mang Yeye, 2018)

Berikut adalah rumus Populasi dan Sampel:

$$* \quad n = \frac{N}{N(d)2} + 1$$

Diki Zulfikar, 2019

STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$n =$ sampel ; N populasi; $d =$ nilai presisi 90% atau sig. = 0.1

Gambar 3.1 Rumus Populasi Sampel

(Sumber: Riduwan 2005 : 65)

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116), mendefinisikan Sampel adalah sebagai berikut: “Sampel adalah sebagai dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Jenis sampel yang digunakan adalah teknik sampling yaitu non probability (pengambilan sampel tidak berdasarkan peluang). Dalam non probability sampling kemungkinan atau peluang seseorang untuk terpilih menjadi anggota sampel tidak diketahui. Dengan demikian, sampel yang diambil tidak dapat dikatakan sebagai sampel yang representative sehingga sukar untuk melakukan generalisasi diluar sampel yang diteliti.

a. Sampel Kuesioner Konsumen

Peneliti menghitung jumlah sampel konsumen pada penelitian ini dengan menggunakan populasi konsumen RM Mang Yeye. Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$*n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} = \frac{456}{456(0,1)^2 + 1} = 85$$

Gambar 3.2 Sampel Konsumen

(Sumber :Penulis, 2018)

Berdasarkan perhitungan dari jumlah populasi yang ada yaitu 456 dengan nilai sig 10% yang di konversi menjadi 0,1 maka responden yang harus diperoleh sebanyak 85 responden. Dari 85 responden tersebut penulis akan melakukan penyebaran juesioner selama tiga hari kerja dan dua hari akhir pekan .

Diki Zulfikar, 2019

STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

b. Sampel Wawancara Pegawai dan Pemilik.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diwawancara untuk karyawan dan pemilik peneliti menggunakan sampling jenuh. Wawancara akan dilakukan kepada satu orang pemilik dan 4 orang karyawan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam suatu penelitian hal tersebut dikarenakan tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Berikut ini akan dijelaskan teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut.

- a. Wawancara me menurut Prof. Dr. S. Nasution adalah suatu bentuk komunikasi verbal. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penulisan (Tika, 2006:62). Penulis akan melakukan wawancara dengan satu owner dan 4 pegawai.
- b. Angket menurut Hudori Nawawi adalah suatu usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh respondem (Tika,2006) Penulis akan memberikan angket kepada 85 konsumen RM Mang Yeye
- c. Studi literature yaitu proses penelitian kepustakaan digunakan untuk mendapatkan informasi dengan jalan mengumpulkan pendapat para ahli dan sumber bacaan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

3.7 Uji Insrtumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Diki Zulfikar, 2019

STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2014:348).

Rumus yang digunakan dalam pengujian validitas penelitian ini adalah teknik *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Untuk menentukan instrumen tersebut dinyatakan valid atau tidak maka dijelaskan menurut Juiandi, Irfan, & Manurung, (2014:77) sebagai berikut:

1. Korelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan skor total seluruh item.
2. Jika nilai korelasi (r) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid.
3. Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikannya. Caranya:
 - a. Item pertanyaan dikatakan valid jika r hitung > rtabel
 - b. Item pertanyaan dikatakan tidak valid jika r hitung < rtabel
4. Butir instrumen yang tidak valid tidak layak diuntuk dijadikan item dalam instrumen penelitian.

3.72 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya, tujuan dari uji reliabilitas ini

Diki Zulfikar, 2019

STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dilakukan guna mengetahui sejauh mana tingkat konsistensi, akurasi, dan presiktabilitas suatu angket yang dilakukan dalam waktu berbeda namun hasil penelitian yang masih sama (Utama, 2012:140).

$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$ Menurut Noor (2013:165), rumus yang tepat untuk uji reliabilitas ini adalah menggunakan rumus *alpha cronbach's* :

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_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:

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