

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Katering Al-Raham yang merupakan salah satu usaha jasa boga yang berada di Kabupaten Bandung. Katering Al-Raham termasuk ke dalam katering golongan A2 yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan menggunakan dapur rumah tangga dan mempekerjakan tenaga kerja. Katering Al-Raham ini berlokasi di Jl. Raya Laswi No.154, Baleendah, Kabupaten Bandung. Pemilik dari katering ini merupakan Ibu Marhamah, katering ini sudah berdiri sejak tahun 2004, dan di tahun ini menginjak tahun ke-17 berdirinya Katering Al-Raham. Selama 17 tahun ini Katering Al-Raham telah memiliki banyak pelanggan dan beberapa pelanggan tetap. Rata-rata yang menjadi pelanggan tetap katering ini merupakan Lapas juga Sekolah di daerah Kabupaten Bandung dimulai dari tingkat SD hingga SMA/SMK serta pesantren yang letaknya dekat dengan katering ini. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik atau *owner* dari Katering Al-Raham, karyawan katering Al-Raham, dan juga konsumen atau pelanggan katering Al-Raham.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu cara teratur yang terdiri dari perumusan hipotesis atau solusi, serta kegiatan mengumpulkan, mengatur dan juga mengevaluasi suatu data, yang pada akhirnya data tersebut diuji untuk menentukan kecocokan dengan hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. (Warmansyah, 2020, hlm 2)

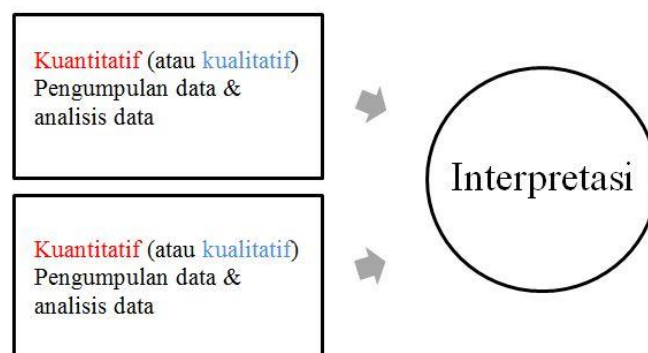
Menurut Anggito dan Setiawan (2018, hlm 8) dalam bukunya memaparkan bahwa penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data yang berlatar alamiah dengan maksud mengartikan suatu fenomena yang ada dimana peneliti merupakan instrumen utama dalam pengambilan sampel sumber data dilakukan dengan

purposive serta menggunakan teknik sampling jenuh, teknik pengumpulan tersebut menggunakan triangulasi atau gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil dari penelitian ini lebih menekankan makna dibandingkan dengan generalisasi.

Jaya (2020, hlm 6) dalam bukunya mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian yang dalam pengolahan datanya menggunakan prosedur statistik atau secara kuantifikasi. Metode ini lebih mementingkan beberapa gejala yang memiliki karakteristik tertentu yang disebut sebagai variabel. Hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya akan diukur atau dianalisis dengan cara uji statistik dengan teori yang objektif.

Penelitian ini menggunakan *mixed methods* atau metode campuran antara kualitatif dan kuantitatif dengan tipe *embedded design*. Kajamaa *et al.* (2020, hlm 2) mengemukakan bahwa “Mixed-methods research, or multi-strategy designs, can be defined as the collection, analysis and integration of both qualitative and quantitative data in single study...” [Metode penelitian campuran, atau desain multi-strategi, dapat didefinisikan sebagai pengumpulan, analisis dan integrasi data kualitatif dan kuantitatif dalam satu studi...].

“*Mixed methods* tipe *embedded design* ini cenderung memberikan kebebasan pada peneliti untuk memilih salah satu metode untuk diprioritaskan. Creswell (2012) menyebutkan bahwa kekuatan dari *embedded design* ini adalah terletak pada pemanfaatan kombinasi kelebihan dari kedua metode penelitian.” (Vebrianto *et al.*, 2020, hlm 65)



Sumber: (Vebrianto *et al.*, 2020)

Gambar 3. 1 Mixed methods tipe embedded design Creswell

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang ada pada penelitian ini dijabarkan berdasarkan analisis eksternal dan juga internal dari perusahaan yang bersangkutan. Tujuan dilakukannya analisis eksternal adalah untuk mengetahui peluang serta ancaman dari Katering Al-Raham. Sedangkan untuk analisis internal dilakukan dengan tujuan mengetahui kelemahan serta kekuatan yang dimiliki Katering Al-Raham.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
<i>Strategi Pengembangan Bisnis</i>	Menurut Ketchen Manajemen Strategis merupakan analisis serta aksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mempertahankan juga menciptakan keunggulan kompetitif (Nilasari, 2014)	Faktor Lingkungan Eksternal merupakan suatu faktor yang ada di luar perusahaan yang bisa bersifat subjektif karena masing-masing manajerial memiliki faktor yang berbeda-beda. Secara garis besar, lingkungan eksternal suatu perusahaan dibagi menjadi dua yaitu, lingkungan makro dan juga mikro. (Nilasari, 2014, hlm 51-52)	Data yang diperoleh merupakan data dari <i>website</i> Badan Pusat Statistik, dengan menggunakan teknik dokumentasi yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing <ul style="list-style-type: none"> a. Industri makanan dan minuman di Kabupaten Bandung • Ekonomi • Perdagangan 	Nominal
		Faktor Lingkungan Internal merupakan suatu faktor yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Lingkungan internal	Data diperoleh dari pemilik Katering Al-Raham melalui wawancara sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran 	Nominal

		<p>tersebut akan memunculkan kelemahan juga kekuatan dari perusahaan yang bersangkutan.</p> <p>Lingkungan internal terbagi ke dalam 3 bagian yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Kompetensi Inti 3. Sumber Daya <p>(Nilasari, 2014, hlm 68-69)</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Bauran Pemasaran 2. Penjualan <ol style="list-style-type: none"> a. Omset b. Segmen c. Data pemesanan 3. Pengorganisasian <ol style="list-style-type: none"> a. Struktur Organisasi 4. Produk <ol style="list-style-type: none"> a. Harga b. Porsi c. Pemasok d. Rasa 5. Sumber Daya Manusia <ol style="list-style-type: none"> a. Kualifikasi SDM 6. Protokol kesehatan yang diterapkan selama pandemi Covid-19 	
			<p>Data diperoleh dari karyawan yang bekerja di Katering Al-Raham melalui wawancara sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia meliputi: <ol style="list-style-type: none"> a. Pembagian tugas 	Interval

			<ul style="list-style-type: none"> b. Lingkungan kerja c. Peran manajemen d. Upah karyawan 	
			<p>Data diperoleh dari pelanggan Katering Al-Raham dengan melakukan wawancara meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> a. Bauran pemasaran produk 2. Sumber Daya Manusia <ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas karyawan b. Kuantitas karyawan 	Interval

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian dilakukan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan – pertanyaan kepada responden yang menjadi narasumber (Abbas *et al.*, 2020, hlm 123). Wawancara yang penulis lakukan merupakan wawancara terstruktur dan juga terbuka dimana pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penulis, sudah dicatat penulis terlebih dahulu dan narasumber mengetahui maksud dan tujuan dari wawancara tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber untuk diwawancarai adalah pemilik (*owner*) dari Katering Al-Raham, dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai faktor-faktor internal perusahaan seperti data keuangan,

struktur organisasi, visi dan misi perusahaan, produk, SDM, pemasaran, higiene dan sanitasi, serta protokol kesehatan yang dilakukan di masa pandemi COVID-19.

b. Observasi

Purhantara dalam (Anjani, 2018, hlm 47) mengemukakan bahwa “Metode observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (subjek), benda, atau kejadian (objek) daripada metode wawancara”. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi langsung ke tempat penelitian dengan cara mengunjungi serta mengamati tempat penelitian tersebut secara langsung. Penulis mengobservasi tempat produksi untuk memperoleh data tingkat kebersihan yang diterapkan di Katering Al-Raham, serta kualitas produk seperti rasa, aroma, dan penampilan dari produk yang dihasilkan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Dokumentasi sendiri dapat diartikan sebagai sebuah teknik pengumpulan data dengan cara mencari tahu mengenai variabel berupa surat-surat, buku, transkrip dan yang lainnya. Singkatnya, dalam teknik pengambilan data dokumentasi lebih mengamati pada benda mati (Anjani, 2018, hlm 48). Dalam penelitian ini, instrumen dokumentasi secara internal yang digunakan adalah pembukuan keuangan Katering Al-Raham untuk mengetahui omset dari katering tersebut, sedangkan untuk dokumentasi secara eksternal menggunakan katalog Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung, surat kabar *online* yaitu liputan6.com dan jabar.tribunne. Selain itu, penulis juga mendokumentasikan dalam bentuk foto-foto Katering Al-Raham.

d. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan cara komunikasi dengan”sumber”data (Risanty & Sopiyan, 2017, hlm 3). Kuesioner mempunyai peran yang juga penting dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan penentuan sampel untuk mendapatkan informasi semaksimal mungkin. Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner berupa lembar kuesioner (*hardfile*) untuk memperoleh data kepuasan kerja karyawan yang diperoleh dari karyawan di Katering Al-Raham dan juga kuesioner *online* menggunakan *google form* untuk memperoleh data kepuasan konsumen yang disebarkan kepada konsumen (*client*) Katering Al-Raham.

3.5 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi informan yaitu pemilik dari Katering Al-Raham yang akan diwawancarai tentang faktor eksternal dan juga faktor internal yang memengaruhi Katering Al-Raham sendiri. Wawancara yang dilakukan secara terstruktur berdasarkan data-data yang penulis butuhkan. Di bawah ini merupakan teknik sampling yang diambil dalam penelitian ini:

3.5.1 Populasi

“Himpunan unit penelitian yang lengkap / utuh terdiri dari nilai/skor/ukuran peubah-peubah yang bersifat majemuk” (Vebrianto *et al.*, 2020, hlm 67).

Populasi dalam penelitian ini merupakan *client* dari Katering Al-Raham, yang tentunya pernah memakai jasa Katering Al-Raham.

Berikut ini merupakan data jumlah *event* yang diselenggarakan selama tahun 2020:

Tabel 3. 2 Data Jumlah Event Katering Al-Raham Tahun 2020

Bulan	Jumlah <i>Event</i>
Januari	1
Februari	2
Maret	2
April	1
Mei	1
Juni	3
Juli	1
Agustus	1
September	-

Oktober	1
November	-
Desember	2
Jumlah	15

Sumber: Data Katering Al-Raham

3.5.2 Sampel

Menurut (Vebrianto *et al.*, 2020, hlm 67) “Sampel adalah bagian dari populasi yang memberikan keterangan atau data untuk suatu penelitian yang terdiri dari nilai/ skor/ukuran peubah-peubah yang bersifat terbatas jumlahnya. Sampel diperlukan jika populasi penelitian relatif besar”.

Dikarenakan pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan menyebar kuesioner secara langsung dan sulitnya memperoleh responden lebih dari 30 orang maka, penulis memutuskan penelitian ini menggunakan metode *sampling* dengan teknik *sampling* jenuh dimana yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan *client* yang pernah memakai jasa Katering Al-Raham dan pernah mengonsumsi makanan dari Katering Al-Raham selama tahun 2020. Berdasarkan data populasi di atas maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah 15 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Jumlah sampel dalam penelitian *mixed methods* ditentukan dari kriteria *sampling size* dari kedua metode yaitu kuantitatif dan kualitatif secara general. Dengan didasarkan pada hasil dari penarikan sampel pada setiap metode baik itu kuantitatif maupun kualitatif, maka dapat ditentukan sampel mana yang dibutuhkan dalam penelitian *mix methods* tersebut. Sampel yang digunakan dapat berupa sampel *probability* maupun *non-probability* sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian tersebut.(Vebrianto *et al.*, 2020, hlm 68)

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dan teknik *sampling* jenuh dimana menurut Etikan dan Bala (2017, hlm 215) *purposive sampling* adalah “The sampling design is based on the judgement of the

researcher as to who will provide the best information to succeed for the objectives study. The person conducting the research need to focus on those people with the same opinion to have the required information and be willing of sharing it.” [Desain pengambilan sampel didasarkan pada penilaian peneliti tentang siapa yang akan memberikan informasi terbaik agar berhasil mencapai tujuan studi. Orang yang melakukan penelitian perlu fokus pada orang-orang yang memiliki pendapat yang sama untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan bersedia membagikannya]. Sedangkan menurut Sugiyono dalam (Ismail dan Sudarmadi, 2019, hlm 6) teknik sampling jenuh merupakan sebuah teknik pengambilan sampel dimana semua populasinya dijadikan sampel.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Menurut cara memperolehnya data dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Data primer menurut Purhantara dalam Rahmawan (2018, hlm 44) merupakan data yang secara langsung diperoleh dari subjek penelitian, penulis mendapatkan data tersebut secara langsung dengan instrumen yang sebelumnya telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh penulis melalui wawancara dengan pemilik serta observasi secara langsung ke Katering Al-Raham Kabupaten Bandung.
- b. Data sekunder adalah data yang dibuat bukan oleh pengolahnya, dengan kata lain data tersebut diterbitkan oleh organisasi di luar perusahaan tempat penelitian (Martadi *et al.*, 2021, hlm 43). Sumber data sekunder diperoleh penulis melalui *website* resmi Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung.

3.7 Tahapan Dalam Penelitian

Tabel 3. 3 Tahapan Dalam Penelitian

No.	Jenis Data	Uraian	Teknik Pengumpulan Data	Keterangan
1.	Katering Al-Raham (perusahaan)	<ol style="list-style-type: none"> a. Tahun Berdiri b. Visi dan Misi c. Lokasi (kemudahan akses) 	Wawancara	Panduan wawancara, <i>recorder</i>

		d. Izin Usaha		
2.	Sumber Daya Manusia	a. Struktur Organisasi b. Pembagian tugas dan tanggung jawab c. SOP (Standar Operasional Prosedur) d. Kepuasan kerja karyawan	Wawancara dan kuesioner	Panduan wawancara, <i>recorder</i> , <i>purposive sampling</i>
3.	Keuangan	a. Metode transaksi b. Pencatatan pembukuan c. Dana awal	Wawancara dan observasi lapang	Panduan wawancara, <i>recorder</i> , dokumentasi
4.	Produksi	a. Cara menjaga kualitas produk b. Bahan baku c. Hygiene dan sanitasi	Wawancara dan observasi lapang	Panduan wawancara, <i>recorder</i> , dokumentasi
5.	Pemasaran	a. Sistem promosi b. Segmen dan target pasar c. Target Penjualan d. Pesaing	Wawancara	Panduan wawancara, <i>recorder</i>
6.	Konsumen	a. Kepuasan konsumen (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kemudahan)	Kuesioner	Teknik sampling jenuh

Sumber: Data Diolah, 2021

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Terdapat dua uji instrumen penelitian yaitu sebagai berikut:

3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan instrumen yang harus dibuktikan secara konten dan konstruk. Validitas konten biasanya lebih fokus bagaimana caranya memberikan bukti terhadap elemen-elemen yang sebelumnya sudah ada. Validitas konten melibatkan ahli dan harus diuraikan secara mendetail agar dapat mempermudah penilaian. Sedangkan

validitas konstruk lebih terfokus pada seberapa jauh alat ukur dapat mengukur hasil yang akurat dengan definisinya. Berikut ini merupakan rumus yang dipakai untuk mencari koefisien hasil uji instrumen dengan uji kriterianya:

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

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

x_i = skor setiap item pada instrumen

y_i = skor setiap item pada kriteria

Nilai koefisien validitas yaitu antara +1,00 hingga -1,00. Jika nilai koefisien +1,00 maka individu pada uji instrumen dan juga kriteria memiliki hasil yang relatif sama, sedangkan jika koefisien 0 maka tidak ada hubungan antara instrumen dengan kriterianya. (Yusup, 2018, hlm 19)

Nilai korelasi (r) harus positif dan signifikan agar dinyatakan valid. Berikut merupakan kriterianya:

- a. Item dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b. Item dinyatakan tidak valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

Berdasarkan angket pada tabel di bawah yang sudah disebarkan kepada 10 responden karyawan dengan tingkat signifikansi 10% serta derajat kebebasan (dk) $n-2 = 10-2 = 8$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,5494.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan

Item	Pertanyaan	r_{tabel}	Corrected item total correlation	Ket.
------	------------	-------------	----------------------------------	------

1.	Gaji yang diberikan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing karyawan	0,5494	0,865	Valid
2.	Kenyamanan dan kebebasan bersosialisasi saat bekerja	0,5494	0,765	Valid
3.	Kejelasan perusahaan memberikan pelatihan SOP	0,5494	0,735	Valid
4.	Kepuasan dukungan dari atasan	0,5494	0,757	Valid
5.	Kepuasan terhadap pemecahan masalah dan pengambilan keputusan oleh atasan	0,5494	0,678	Valid
6.	Atasan mewajibkan mematuhi protokol kesehatan Covid-19 (cek suhu tubuh, memakai masker, jaga jarak)	0,5494	0,785	Valid
7.	Atasan memberitahukan untuk membawa alat pribadi (alat sholat, alat makan, dll)	0,5494	0,780	Valid
8.	Katering Al-Raham menyediakan tempat cuci tangan dan <i>hand sanitizer</i>	0,5494	0,751	Valid
9.	Atasan mewajibkan untuk vaksin	0,5494	0,941	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di bawah dengan jumlah responden konsumen sebanyak 15 orang menggunakan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan(dk) = $n - 2 = 15 - 2 = 13$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,4409. Semua butir pernyataan dalam kuesioner konsumen dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen

Item	Pertanyaan	r_{tabel}	Corrected item total correlation	Ket.
1.	Bentuk dan kombinasi warna makanan yang disajikan	0,4409	0,795	Valid

	menarik			
2.	Rasa makanan yang disajikan enak	0,4409	0,823	Valid
3.	Aroma dari makanan yang disajikan menggugah selera	0,4409	0,729	Valid
4.	Produk yang disajikan sesuai dengan porsi dan yang dijanjikan	0,4409	0,680	Valid
5.	Harga dari paket yang ditawarkan sesuai dengan porsinya	0,4409	0,857	Valid
6.	Harga menu yang ditawarkan lebih terjangkau dari katering lainnya	0,4409	0,887	Valid
7.	Jumlah karyawan cukup/memadai	0,4409	0,554	Valid
8.	Karyawan berpenampilan rapi	0,4409	0,732	Valid
9.	Karyawan bersifat ramah	0,4409	0,827	Valid
10.	Karyawan melakukan tugasnya dengan baik dan cepat	0,4409	0,893	Valid
11.	Alat makan dan wadah yang digunakan untuk menyediakan makanan bersih	0,4409	0,588	Valid
12.	Tersedianya tempat pembuangan sampah yang bersih	0,4409	0,735	Valid
13.	Halaman sekitar katering bersih, tidak tercium bau busuk, dan tidak ada genangan air	0,4409	0,619	Valid
14.	Perlakuan terhadap makanan bersih	0,4409	0,789	Valid
15.	Selama pandemi menyediakan tempat cuci tangan dan <i>hand sanitizer</i>	0,4409	0,775	Valid
16.	Memberitahukan untuk	0,4409	0,716	Valid

	mematuhi protokol kesehatan dan memasang/menyebarkan informasi protokol kesehatan			
17.	Melakukan pengecekan suhu tubuh dan melarang yang sakit untuk masuk	0,4409	0,809	Valid
18.	Mengharuskan konsumennya memakai masker	0,4409	0,766	Valid
19.	Persaingan industri katering di Kabupaten Bandung cukup ketat	0,4409	1,00	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2021

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Yusup (2018) reliabilitas merupakan suatu instrumen yang dapat diuji terdapat beberapa teknik uji reliabilitas yaitu *internal consistency*, *test-retest*, dan ekuivalen. *Internal consistency* memiliki beberapa teknik yang juga berbeda yaitu KR 20, KR 21, *split half* dan Alpha cronbach. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas Alpha Cronbach. Berikut ini merupakan rumus Alpha Cronbach yang digunakan:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

r_i = koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

k = jumlah item soal

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor tiap item

s_t^2 = varians total

Rumus varians item dan varians total

$$s_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

$$s_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

s_i^2 = varians tiap item

JKi = jumlah kuadrat seluruh skor item

JKs = jumlah kuadrat subjek

n = jumlah responden

s_t^2 = varians total

Xt = skor total

Jika koefisien reliabilitas Alpha Cronbach telah dihitung (r_i) maka hasil tersebut dibandingkan dengan nilai kriterianya untuk nilai yang reliabel. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika:

- Koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item tersebut dinyatakan reliabel
- Koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Karyawan

Cronbach's Alpha	N of Items
,809	9

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2021

Dapat dilihat pada tabel di atas, nilai cronbach's alpha yang diperoleh dari kuesioner karyawan sebanyak 10 responden adalah 0,809. Dengan batas uji reliabilitas minimum yang digunakan 0,60. Maka dari itu, kuesioner dinyatakan reliabel karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Konsumen

Indikator	Cronbach's	Cronbach's Alpha	N of Item
-----------	------------	------------------	-----------

	Alpha	Minimum	
Kualitas Produk	0,748	0,60	4
Harga	0,684	0,60	2
Kualitas Pelayanan	0,698	0,60	4
Tingkat Kebersihan	0,621	0,60	4
Protokol Kesehatan	0,740	0,60	4
Persaingan	1,000	0,60	1

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2021

Dapat dilihat pada tabel di atas, nilai cronbach's alpha yang diperoleh dari kuesioner konsumen dengan 6 indikator serta sebanyak 15 responden menggunakan batas uji reliabilitas minimum yang digunakan adalah 0,60. Maka, kuesioner dinyatakan reliabel karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.9 Metode Pengolahan Data

Dengan data yang sudah didapatkan, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah merumuskan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan metode analisis SWOT, analisis matriks IFE dan EFE, matriks IE, kuadran SWOT serta matriks QSPM.

3.9.1 Tahap Input

Dalam tahapan ini, pengumpulan data bertujuan untuk merumuskan matriks faktor eksternal dan juga internal. Faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang serta ancaman dari Katering Al-Raham, sedangkan faktor internal dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh Katering Al-Raham. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut, hal yang selanjutnya dilakukan adalah menganalisis matriks EFE dan IFE.

1. Analisis Lingkungan Eksternal dan juga Internal

Penulis melakukan pengumpulan data mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari lingkungan Katering Al-Raham. Selanjutnya penulis menganalisis faktor-faktor tersebut menggunakan matriks EFE dan IFE.

2. Matriks EFE

Menurut David (2011, hlm 158) matriks EFE adalah salah satu alat untuk mengevaluasi kondisi sosial budaya, ekonomi, lingkungan, demografi, politik, aspek legal, pemerintahan, perkembangan, teknologi juga aspek kompetitif lainnya.

3. Matriks IFE

Matriks IFE menurut David (2011, hlm 230) adalah alat untuk menilai juga mengevaluasi posisi kelemahan serta kekuatan suatu perusahaan yang mencakup penilaian terhadap area fungsional.

3.9.2 Tahap Pencocokan

Pada tahap ini digunakan alat yang membantu pencocokan yaitu menggunakan matriks IE serta kuadran SWOT.

1. Matriks IE

Matriks IE merupakan matriks yang menentukan dimana posisi strategi bisnis dalam sembilan sel (kuadran). *Input* dari matrik IE merupakan *output* dari matriks IFE dan EFE. *Output* dari matriks IE merupakan alternatif strategi menurut posisi strategi perusahaan setelah dibuat sebagai matriks dimana terdapat tiga area alternatif. (Syamruddin, 2020, hlm 120)

Menurut (Umar, 2010, hlm 86) matriks internal dan eksternal terdiri atas dua dimensi, nilai total IFE berada pada sumbu Y sedangkan nilai total EFE berada pada sumbu X. sumbu X memiliki tiga *rating* skor yaitu, 1,0 – 1,99 berarti posisi internal lemah, skor 2,0 – 2,99 merupakan rata-rata, dan 3,0 - 4,0 menyatakan bahwa posisi kuat dan hal tersebut ditetapkan dari sebelah kanan ke kiri. Hal yang sama juga berlaku terhadap sumbu Y. skor 1,0 – 1,99 berarti posisi eksternal lemah, skor 2,0 – 2,99 merupakan rata-rata, dan 3,0 - 4,0 menyatakan bahwa posisi kuat dan hal tersebut ditetapkan dari bawah ke atas.

2. Kuadran SWOT

Kuadran 1 : merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan karena memiliki peluang juga kekuatan. Strategi yang digunakan dalam

kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : walaupun perusahaan menghadapi berbagai ancaman, namun perusahaan dalam kuadran ini masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang digunakan dalam kondisi ini adalah strategi diversifikasi (produk/pasar) untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

Kuadran 3 : perusahaan yang tergolong ke dalam kuadran ini, memiliki pangsa pasar yang sangat besar namun mengalami kendala karena memiliki kelemahan internal. Strategi yang harus digunakan dalam kondisi ini adalah *turn around* atau peninjauan kembali untuk meminimalkan masalah internal perusahaan.

Kuadran 4 : dalam situasi ini, perusahaan sangat tidak diuntungkan karena perusahaan tersebut memiliki kelemahan secara internal juga banyaknya ancaman yang datang dari luar perusahaan.



Sumber: (Rangkuti, 2013)

Gambar 3. 2 Kuadran SWOT