

## **BAB III**

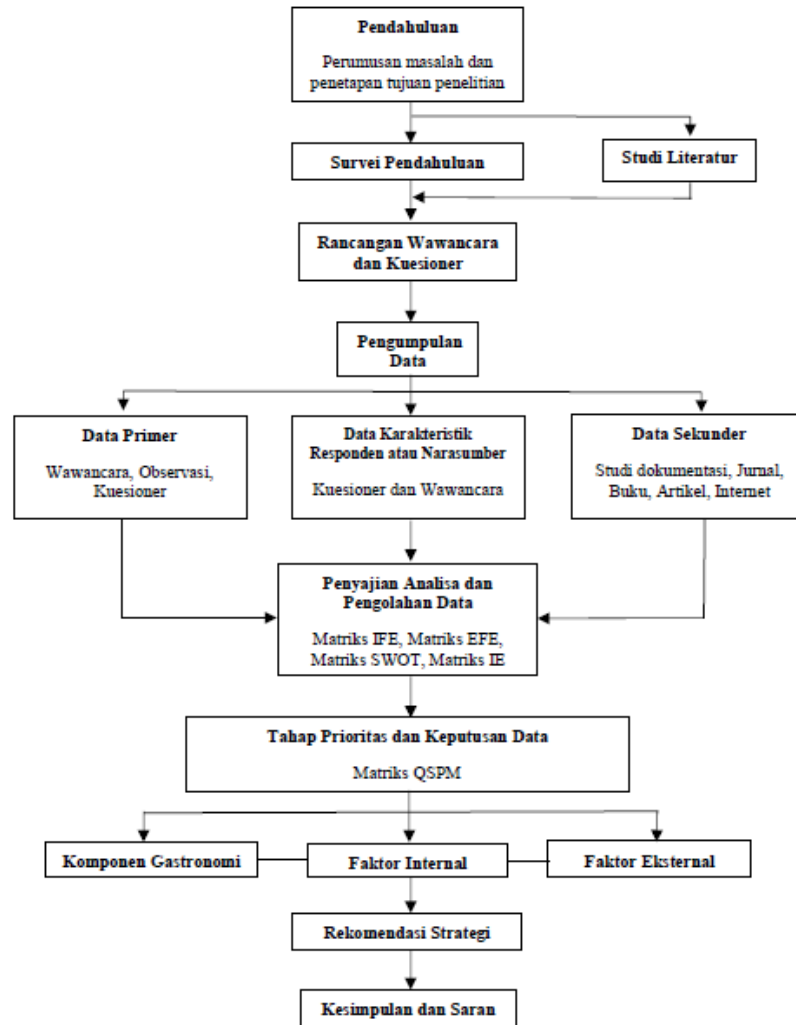
### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian ialah suatu variabel-variabel penelitian berkarakteristik yang memuat unsur-unsur objek yang akan diteliti, populasi penelitian, sampel penelitian, unit sampel penelitian dan tempat penelitian. Dalam bagian ini termasuk cara melakukan penarikan sampel dengan objek penelitian yang memuat tentang apa, siapa, dimana, dan kapan (Prof. Dr. Suryana, 2012). Objek yang akan diteliti ialah menganalisis strategi pengembangan usaha dari Sayur Gabus Pucung Pak Nijar Kabupaten Bekasi dengan menggunakan beberapa teknis analisis faktor internal dan eksternal. Sedangkan subjek di dalam penelitian ini adalah pihak internal dari Sayur Gabus Pucung Pak Nijar dan juga beberapa partisipan kuisioner sebagai pihak eksternal.

#### **3.2 Diagram Alir Metodologi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan rancangan diagram alir penelitian yang disusun oleh peneliti sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data peneliti, 2021

Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

### 3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah dimana untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu harus didasari pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Darmadi, 2013). Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau suatu kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Ahyar et al., 2020).

Dalam penelitian ini cenderung tidak mencari atau menerangkan hubungan variabel dengan variabel lain ataupun menguji hipotesis, dimana peneliti sebagai instrumen kunci yang mempelajari pengalaman dan makna yang dihayati subjek secara lebih mendalam karena datanya tidak dibatasi pada kategori tertentu (Poerwandari, 2007). Teknik pengumpulan data dilakukan secara Triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Jadi peneliti dapat memahami, mencari makna dari data serta menemukan kebenaran yang terjadi di lapangan yaitu tentang strategi pengembangan usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar dalam menghadapi persaingan bisnis di bidang kuliner. Tujuan dari penelitian deskriptif juga untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada berupa data-data yang diperoleh di lapangan (Sugiyono, 2009).

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan yang lainnya beserta pengukurannya. Peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual tanpa adanya operasionalisasi variabel (Sarwono, 2006). Sedangkan menurut (Nazir, 2003), operasional variabel penelitian ialah suatu definisi variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau suatu variabel tersebut.

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Sumber
Komponen Gastronomi	Gastronomi merupakan suatu ilmu dan seni yang mengapresiasi suatu etnis, budaya, bangsa, agama, dan gender yang mempelajari tentang makanan	Gastronomi mencakup: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial</li> <li>2. Etika dan etiket</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial Sayur Gabus Pucung Pak Nijar</li> <li>• Apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam proses</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat yang terlibat dalam proses pembuatan</li> <li>2. Ahli gizi dan gastronomi</li> </ol>

	<p>dan minuman yang digunakan dalam berbagai situasi. Namun tak lepas dari itu semua, gastronomi juga berfokus pada tatacara penghidangan, cara makan, dan lain sebagainya yang tercantum dalam 9 komponen gastronomi (Turgarini, 2018a)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Cara memasak</li> <li>4. Bahan baku</li> <li>5. Mencicipi</li> <li>6. Menghidangkan</li> <li>7. Pengetahuan gizi</li> <li>8. Mencari pengalaman</li> <li>9. Mempelajari, meneliti, dan menulis (Turgarini, 2018a)</li> </ol>	<p>pembuatan hingga penghidangan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana cara memasaknya</li> <li>• Apa saja bahan bakunya</li> <li>• Bagaimana ketentuan dalam menyantapnya</li> <li>• Bagaimana penyajiannya</li> <li>• Bagaimana nilai gizi yang terkandung</li> <li>• Apa pengalaman yang didapat</li> <li>• Bagaimana timeline dalam proses pembuatannya</li> </ul>	<p>3. Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi</p>
<p>Strategi Pengembangan Usaha</p>	<p>Analisis lingkungan internal perlu dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dengan rangka memanfaatkan kesempatan atau peluang yang ada agar dapat menutupi setiap kekurangan yang ada dalam suatu perusahaan. Analisis internal tersebut dapat meliputi beberapa faktor diantaranya: sumber daya</p>	<p>Faktor yang dianalisis mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber daya manusia</li> <li>2. Keuangan</li> <li>3. Produksi atau operasional</li> <li>4. Pemasaran</li> </ol> <p>(David, 2009)</p>	<p>Data diperoleh dari <i>owner</i> Gabus Pucung Pak Nijar melalui wawancara yang meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber daya manusia <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Struktur organisasi</li> <li>b. Jumlah karyawan</li> </ol> </li> <li>2. Keuangan <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Metode pembayaran</li> <li>b. Pencatatan pembukuan</li> </ol> </li> <li>3. Produksi atau operasional <ol style="list-style-type: none"> <li>a. SOP kerja</li> <li>b. Bahan baku</li> <li>c. Proses produksi</li> <li>d. Kualitas produk</li> <li>e. <i>Hygiene</i> dan sanitasi</li> </ol> </li> <li>4. Pemasaran <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Segmen dan target pasar</li> <li>b. Metode memasarkan: <i>-Word of mouth</i></li> </ol> </li> </ol>	<p>Pemilik Gabus Pucung Pak Nijar</p>

	<p>manusia, keuangan, produksi atau operasional, dan pemasaran. (David, 2009:177)</p>		<p>-Konvensional c. Pesaing utama</p>	
	<p>Analisis lingkungan eksternal dalam perusahaan, dikembangkan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan. Lingkungan eksternal memiliki dua macam lingkungan, yaitu lingkungan kerja atau industri dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja terdiri dari elemen-elemen yang secara langsung mempengaruhi operasi-operasi perusahaan, yang diantaranya adalah pemasok, pesaing, dan pelanggan. Sedangkan lingkungan sosial yaitu yang tidak berhubungan tetapi berpengaruh secara langsung dengan aktivitas-aktivitas perusahaan. (Pontas, 2011:149)</p>	<p>Faktor yang dianalisis mencakup:</p> <p>1. Lingkungan Kerja</p> <p>2. Lingkungan Sosial (Pontas, 2011)</p>	<p>Data diperoleh dari konsumen Gabus Pucung Pak Nijar melalui kuisisioner dengan skala likert yang meliputi:</p> <p>a. Kualitas produk -Cita rasa menu -Higienitas menu</p> <p>b. Kualitas pelayanan -Sikap pelayanan pramusaji -Kebersihan ruang makan</p> <p>c. Emosional -Suasana makan</p> <p>d. Harga -Kesesuaian porsi menu -Perbandingan harga dengan pesaing</p> <p>e. Kemudahan -Akses lokasi</p> <p>Data diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi dengan metode wawancara meliputi:</p> <p>a. Pengembangan sayur gabus pucung sebagai destinasi wisata gastronomi Kabupaten Bekasi</p>	<p>Konsumen Gabus Pucung Pak Nijar</p> <p>Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi</p>

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2021

### 3.5 Teknik Populasi dan Sampling

Penelitian Kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, melainkan menggunakan istilah “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yakni tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang ketiganya berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2017:215). Penelitian ini, menggunakan lokasi Gabus Pucung Pak Nijar sebagai *place*, para karyawan, pemilik rumah makan, dan pelanggan sebagai *actors*, dan kegiatan operasional Gabus Pucung Pak Nijar sebagai *activity*-nya.

Menurut Sugiyono (2017:216), sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, melainkan sebagai narasumber, partisipan, informan, teman, dan guru penelitian. Berdasarkan dari penjelasan sebelumnya, peneliti mempertimbangkan dalam memperoleh informasi dan data dari RM Gabus Pucung Pak Nijar diperlukan informan seperti pemilik langsung RM Gabus Pucung Pak Nijar dan beberapa kerabat yang merupakan karyawan dari rumah makan sebagai pihak internal, serta pelanggan sebagai pihak eksternal. Peneliti menggunakan metode teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* sebagai teknik sampling, yaitu dengan mengambil responden sebagai sumber data berdasarkan suatu pertimbangan tertentu seperti ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang telah diketahui sebelumnya (Notoatmodjo, 2010).

### 3.6 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui perantara berupa dokumen, buku, jurnal, artikel, internet dan sumber datanya tidak langsung memberikan datanya kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013).

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Noor, 2011) Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap suatu unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Widoyoko, 2016). Observasi sendiri juga merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dengan mengadakan kunjungan langsung dan pengamatan langsung terhadap kegiatan rumah makan Pak Nijar.

2. Wawancara

Menurut (Riyanto, 2010), wawancara atau *interview* merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Sedangkan wawancara terstruktur menurut (Esterberg, 2002) dalam (Sugiyono, 2007), peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Sehingga peneliti telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah dipersiapkan. Wawancara sebagai metode peneliti yang digunakan untuk mencari data kepada narasumber atau informan pemilik langsung RM Gabus Pucung Pak Nijar.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis maupun gambar (Syaodih, 2012). Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik ini untuk memperlengkap data dan sebagai pendukung dari data-data lain yang dapat dijadikan lampiran dokumentasi dilapangan langsung.

4. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada

responden untuk dijawabnya sesuai keadaannya (Sugiyono, 2015). Peneliti menggunakan kuesioner kepada responden sebagai pengumpulan data dari faktor eksternal dari penelitian ini.

### 3.8 Teknik Analisa Data

Menurut David (2011:323-324), dalam perumusan atau pemilihan strategi terdapat tiga (3) tahap penting yang dapat diintegrasikan ke dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- Tahap 1 (Tahap Input): berisi informasi input dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi.

Terdiri atas Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE), dan Matriks Profil Kompetitif (CPM)

- Tahap 2 (Tahap Pencocokan): fokus pada penciptaan strategi alternatif yang dapat masuk akal dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal utama.

Terdiri atas Matriks SWOT, Matriks Posisi Strategis dan Evaluasi Tindakan (SPACE), Matriks *Internal-External* (IE), dan Matriks *Grand Strategy*.

- Tahap 3 (Tahap Keputusan): hanya menggunakan satu teknik yaitu Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM). QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi secara objektif.

Sebelum melakukan analisis data yang menghasilkan strategi bisnis, hal pertama yang harus dilakukan yaitu dengan menentukan terlebih dahulu Faktor Strategi Internal (IFE) dan Faktor Strategi Eksternal (EFE). Matriks IFE dan EFE adalah sebagai data dasar untuk melengkapi model analisis data selanjutnya yang akan menghasilkan strategi bisnis. Dengan beberapa teknik analisis data tersebut memungkinkan strategi yang dihasilkan akurat dan cocok diterapkan di dalam bisnis tersebut.



### 3.8.1 Matriks IFE

Terdapat tahapan-tahapan kerja dari matriks IFE yang dikemukakan oleh Umar (2010:80-81), berikut:

1. Tentukan terlebih dahulu faktor-faktor penting dari kondisi internal suatu industry yang akan diteliti, kemudian kelompokkan menjadi kekuatan-kekuatan dan kelemahannya. Dalam kolom bobot merupakan nilai tingkat kepentingan tiap-tiap faktor, jika dijumlahkan akan bernilai 100%.
2. Rating merupakan hasil dari kondisi internal setiap organisasi atau perusahaan. Nilai 4 untuk kondisi sangat baik, nilai 3 untuk kondisi baik, nilai 2 untuk kondisi biasa saja, dan nilai 1 untuk kondisi buruk. Faktor-faktor yang bernilai 3 dan 4 hanya untuk kelompok *strengths*, sedangkan untuk yang bernilai 2 dan 1 untuk kelompok *weakness*.
3. Nilai tiap-tiap faktor merupakan hasil kali antara bobot dan rating. Jika seluruh nilai ini dijumlahkan, maka dapat diketahui nilai IFE dari organisasi atau perusahaan tersebut.

### 3.8.2 Matriks EFE

Matriks ini dapat memungkinkan para penyusun strategi untuk dapat meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan kompetitif (David, 2011:158). Berikut tahapan-tahapan kerja dari matriks EFE menurut Umar (2010:80) sebagai berikut:

1. Tentukan faktor-faktor penting dari lingkungan luar yang akan diteliti, kemudian kelompokkan kedalam peluang-peluang dan ancaman-ancaman. Kolom bobot merupakan nilai tingkat kepentingan dari tiap faktor, jika dijumlahkan akan bernilai 100%.
2. Rating merupakan nilai tanggapan atau antisipasi manajemen organisasi terhadap kondisi lingkungan tersebut. Nilai 4 untuk antisipasi luar biasa, nilai 3 untuk antisipasi memadai, nilai 2 untuk antisipasi biasa saja, dan nilai 1 untuk antisipasi buruk. Data dicari berdasarkan industri (kelompok usaha sejenis).

Nilai dari tiap faktor merupakan hasil kali antara bobot dan rating. Jika seluruh nilai dijumlahkan, maka dapat diketahui nilai dari EFE tersebut.

### **3.8.3 Matriks IE**

Matriks internal eksternal terdiri dari dua dimensi, yaitu nilai total dari matriks IFE pada sumbu Y dan nilai total dari matriks EFE pada sumbu X. Pada sumbu X terdapat tiga skor, 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. Dengan 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 ke atas (Umar, 2010:86).

### **3.8.4 Matriks SWOT**

Menurut Umar (2010:86) dalam bukunya menjabarkan matriks SWOT sebagaimana merupakan gambaran peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Dalam matriks ini, dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang diantaranya:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)  
Strategi ini dibuat berdasar dari jalan pikiran perusahaan, yakni dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (*Strength-Threat*)  
Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.
3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)  
Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan dari peluang-peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan-kegiatan yang bersifat defensif, yakni dengan meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta menghindari ancaman-ancaman.

Tahapan-tahapan dalam penentuan strategi berdasarkan Matriks SWOT menurut Umar (2010:87-88) ialah sebagai berikut:

1. Tentukan peluang-peluang penting bagi perusahaan.
2. Tentukan ancaman-ancaman penting bagi perusahaan.
3. Tentukan kekuatan-kekuatan utama internal perusahaan.
4. Tentukan kelemahan-kelemahan dominan internal perusahaan.
5. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang perlu dimanfaatkan dan peluang-peluang eksternal yang akan dicoba diraih. Berikutnya, catat hasilnya dalam sel SO.
6. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan peluang-peluang eksternal yang dicoba diraih. Berikutnya, catat hasilnya dalam sel WO.
7. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan internal yang ada dan ancaman-ancaman yang mungkin timbul. Kemudian, catat hasilnya dalam sel ST.
8. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan ancaman eksternal yang mungkin timbul.

Setelah bobot dan rating untuk faktor internal dan eksternal dihitung, kemudian dilakukan analisis kuadran SWOT dengan cara:

Total nilai bobot  $\times$  rating kekuatan + total nilai bobot dan rating kelemahan = nilai kuadran sumbu X.

Total nilai bobot  $\times$  rating peluang + total nilai bobot dan rating ancaman = nilai kuadran sumbu Y (Rangkuti, 2015:13).

Berikut keterangan atau penjelasan dari Kuadran SWOT 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 yaitu kebijakan pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*.
- Kuadran 2, dalam kuadran ini perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang dapat diterapkan yaitu menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).
- Kuadran 3, pada kuadran ini perusahaan menghadapi peluang besar, tetapi dilain sisi perusahaan sedang menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matriks. Strategi dalam kondisi ini yaitu dengan meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 4, pada kuadran ini situasi sedang sangat tidak menguntungkan, perusahaan juga mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### 3.8.5 Matriks QSPM

Menurut Umar (2010:90-91), matriks ini menentukan strategi paling tepat dari beberapa alternatif strategi yang diajukan. Berikut penjelasan dari tahapan-tahapan Matriks ini:

1. Buatlah daftar faktor eksternal dan internal beserta nilai bobotnya yang diambil dari matriks IFE dan EFE.
2. Identifikasi strategi alternative hasil dari kajian berdasarkan matriks pada *matching-stage*. Dari satu atau beberapa matriks *matching-stage* dapat digunakan bersamaan untuk memilih alternatif strategi. Kemudian carilah strategi-strategi ini.

3. Tetapkan nilai *attractiveness score* (AS), nilai yang menunjukkan kemenarikan relative untuk masing-masing strategi berdasarkan pendapat para pejabat berwenang dalam perusahaan. Batasan nilai AS yaitu:

1 = tidak menarik

2 = agak menarik

3 = secara logis menarik

4 = sangat menarik

Apabila faktor tersebut tidak berpengaruh terhadap strategi yang dibuat, maka kolom AS untuk faktor tersebut dikosongkan.

4. Hitunglah total AS (TAS). TAS diperoleh dari perkalian bobot dengan AS pada masing-masing baris. Total AS menunjukkan kemenarikan relatif dari masing-masing alternatif strateginya.
5. Hitung semua TAS pada masing-masing kolom QSPM. TAS dari alternatif strategi terbesar menunjukkan bahwa alternatif strategi itu menjadi pilihan utama dan nilai total terkecil menunjukkan bahwa alternatif ini menjadi pilihan terakhir.