

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran (Strauss dan Corbin dalam Sujarweni, 2019:11). Serta menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati serta diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan dan perilaku suatu individu atau organisasi dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic (Bogdan dan Taylor dalam Sujarweni, 2019:11-12). Menurut Saifudin (2020:6) penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kopi Lain Hati Sukasari Yang Berlokasi Di Jl sukasari 1 No 22D Bogor Timur, Bogor. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan maret 2022.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	KEGIATAN	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS
1	Pra Proposal						
2	Proposal						
3	Penyusunan Kuesioner						
4	Revisi Proposal dan Kuesioner						
5	Pengumpulan Data						
6	Penyebaran Kuisioner						
7	Olah Data dan Hasil						
8	Penyusunan BAB 4 & 5						

Sumber: Rencana Penelitian (2022)

3.3 Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah orang (narasumber) yang dinilai berkompoten dan memahami secara riil dan detil kondisi internal Kopi Lain Hati sukasari. Responden menjawab serangkaian pertanyaan peneliti dengan bentuk pertanyaan tertulis melalui kuesioner maupun lisan melalui pedoman wawancara untuk menanyakan pendapatnya mengenai masalah yang ada. Jumlah Responden yaitu 5 orang Dalam penelitian ini kuisisioner dan wawancara diberikan pada:

- a. Owner kopi Lain Hati Sukasari Ibu Mirah wijaya
- b. Kasir Kopi Lain Hati Sukasari Selvi
- c. Barista Kopi Lain Hati Sukasari Sultan
- d. Pelanggan Kopi Lain Hati Sukasari Ridwan
- e. Pelanggan Kopi Lain Hati Sukasari Siti Nurjanah

3.4 Jenis Data dan Sumber data

3.4.1 Jenis Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini antara lain sebagai berikut:

1. Data *kuantitatif*, Adalah data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka-angka meliputi laporan penjualan atau omzet perkuartal perusahaan dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2022.
2. Data *kualitatif*, Adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan.

3.4.2 Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya, Adapun data primer yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan beberapa metode:

- a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh kejelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab, dengan metode bertatap muka

atau tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman (Sujarweni, 2019:31). Hasil wawancara Ibu Mirah Wijaya selaku *Owner* kopi Lain hati sukasari, yang mengetahui serta memahami kondisi Pendapatan Kopi Lain hati sukasari.

Peneliti melakukan wawancara secara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Peneliti juga memberikan pertanyaan kepada karyawan untuk memperkuat data hasil wawancara dari informan utama serta observasi langsung guna mendapatkan data pendukung dari hasil wawancara.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dalam hal ini peneliti adalah sebagai tangan kedua. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kepustakaan, artinya membaca buku-buku yang terkait, mempelajari hasil penelitian terdahulu, data-data dari lembaga terkait dan perusahaan yang tersedia, serta literatur-literatur relevan yang menunjang.

3.5 Teknik Pengolahan dan Analisa Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan berupa hasil wawancara, kuisisioner, observasi dan kepustakaan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan. Metode analisis data yang akan digunakan yaitu melalui tiga tahap. Pertama tahap masukan, menggunakan matriks EFE dan IFE, kedua tahap analisis menggunakan matriks IE dan SWOT, dan yang ketiga untuk memutuskan dan memilih strategi menggunakan alat analisis QPSM.

3.5.1 Tahap Masukan

Tahapan masukan menggunakan alat analisis matriks EFE dan matriks IFE. Bertujuan untuk menguji lingkungan eksternal perusahaan dan mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan, serta mengevaluasi lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahannya.

a. Matriks EFE (*External Factors Evaluation*)

Langkah penyusunan EFE melalui pembuatan matrik dalam bentuk kolom pembobotan dan rating peluang dan ancaman dengan parameter tertentu, matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima langkah (David & David, 2016:65):

1. Membuat faktor-faktor kunci eksternal yang sudah diidentifikasi berupa peluang dan ancaman.
2. Menentukan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Peluang menerima bobot lebih tinggi dari ancaman, namun ancaman dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi jika sangat parah. Jumlah dari semua bobot harus sama dengan 1,0.
3. Memberikan peringkat (*rating*) 1 hingga 4 bagi setiap faktor eksternal kunci untuk mengindikasikan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon terhadap setiap faktor. Dimana 4 = responnya superior, 3 = responnya di atas rata-rata, 2 = responnya rata-rata dan 1 = responnya buruk. Baik ancaman maupun kesempatan dapat diberi peringkat 1, 2, 3, dan 4.
4. Melakukan perkalian bobot setiap faktor dengan peringkat (*rating*) untuk menentukan skor disetiap variabel.
5. Menjumlahkan skor tertimbang disetiap variabel untuk menentukan nilai total skor.

b. Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*)

Langkah penyusunan IFE menurut David & David (2016:111) adalah melalui pembuatan matrik dalam bentuk kolom pembobotan dan rating kekuatan dan kelemahan dengan parameter tertentu. Berikut merupakan langkahnya:

1. Membuat faktor-faktor kunci internal yang sudah diidentifikasi berupa kekuatan dan kelemahan.

2. Menentukan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Faktor-faktor yang dianggap memiliki efek terbesar pada kinerja organisasi diberikan bobot tertinggi, jumlah dari semua bobot sama dengan 1,0.
3. Memberikan peringkat (*rating*) 1 hingga 4 pada masing-masing faktor yang mempresentasikan kelemahan utama (peringkat=1), kelemahan kecil (peringkat=2), kekuatan kecil (peringkat=3), kekuatan utama (peringkat=4). Kekuatan menerima peringkat 3 atau 4 dan kelemahan menerima peringkat 1 dan 2.
4. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkat (*rating*) untuk menentukan skor disetiap variabel.
5. Menjumlahkan skor tertimbang disetiap variabel untuk menentukan nilai total skor.

3.5.2 Tahap Analisis

Pada tahap analisis dilakukan pengolahan data berupa matriks IE dan matriks SWOT, tujuan menggunakan alat analisis matriks SWOT adalah untuk menemukan aspek-aspek penting didalam perusahaan berupa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Sehingga dengan mengetahui empat aspek tersebut perusahaan dapat meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman, mengoptimalkan kekuatan, dan membangun peluang-peluang dimasa yang akan datang. Sedangkan matriks IE (internal-eksternal) bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis di perusahaan yang lebih detail.

a. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Atas dasar analisis yang dilakukan terhadap faktor eksternal dan internal yang diringkas dalam matriks EFE dan matriks IFE, maka dapat disusun Matriks IE dengan mempertemukan nilai skor pada kedua matrix. Menurut David & David (2016:181-812) matriks IE (*Internal-External*) didasarkan dua dimensi, yaitu total skor terbobot Matriks IFE pada sumbu x dan total skor terbobot Matriks EFE pada sumbu y. Konsep matriks IE dapat dibagi menjadi tiga daerah utama yang memiliki implikasi strategi yang berbeda-beda:

- 1) Sel I, II, IV: strategi *Grow and Build*, strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi horisontal, integrasi kedepan, serta integrasi kebelakang).
- 2) Sel III, V, VII: strategi *Hold and maintain*, dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- 3) Sel VI, VIII, dan IX termasuk strategi *Harvest or divest* dengan alternatif strategi rasionalisasi biaya (*retrenchment*) dan divestasi (*divestiture*).

b. Matriks SWOT

Penentuan strategi untuk analisa strategi daya saing kopi Lain Hati Sukasari menggunakan matriks SWOT dilakukan setelah mengetahui posisi perusahaan dari matriks IE. Matriks SWOT akan memformulasikan strategi dengan cara melakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal perusahaan.

Penyusunan matriks SWOT terdiri atas sembilan sel. Terdapat empat sel faktor kunci, empat sel strategi dan satu sel yang selalu dibiarkan kosong (sel di kiri atas). Empat sel strategi (SO, WO, ST dan WT) dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci (S, W, O, dan T). David & David (2016:172) menentukan delapan langkah untuk menyusun matriks SWOT:

- 1) Menuliskan peluang eksternal kunci perusahaan.
- 2) Menuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan.
- 3) Menuliskan kekuatan internal kunci perusahaan.
- 4) Menuliskan kelemahan internal kunci perusahaan.
- 5) Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan.
- 6) Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan.
- 7) Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan mencatat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan.
- 8) Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan mencatat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan

3.5.3 Tahap Pengambilan Keputusan

Dengan menggunakan matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) merupakan suatu alat analisis untuk memutuskan strategi yang digunakan berdasarkan kemenarikan alternatif - alternatif strategi yang ada. Responden akan memberikan AS pada masing-masing alternatif sehingga diperoleh TAS. Alternatif strategi dengan TAS paling tinggi menjadi prioritas untuk diterapkan, sedangkan alternatif strategi dengan TAS terendah menjadi alternatif strategi pilihan terakhir.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tahapan kerja pengolahan data pengambilan keputusan dengan menggunakan metode QSPM, menurut David & David (2016:186) langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.
- 2) Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot ini identik dengan yang ada pada matriks EFE dan IFE, bobot disajikan dalam kolom disamping kanan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal.
- 3) Mengevaluasi matriks tahap pencocokkan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Strategi-strategi ini dicatat pada baris atas dari QSPM.
- 4) Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*), sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. Dengan nilai daya tarik adalah: 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik.
- 5) Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Scores-TAS*) sebagai hasil dari pengalihan bobot (langkah 2) dengan nilai daya tarik (langkah 4) dalam masing-masing baris. Semakin tinggi total nilai daya tarik, semakin menarik alternatif strategi tersebut.
- 6) Menghitung jumlah keseluruhan total nilai daya tarik, dan nilai TAS yang tertinggi.