

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan langsung pada UKM Alexa Snack Dengan pemilik Christian Budiman, yang berlokasi di Jalan Sompok Baru 102, Semarang. Usaha ini bergerak di bidang roti yang memiliki beberapa jenis produk, yang dipasarkan ke rumah-rumah makan, toko dan menerima pesanan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik sebuah kesimpulannya.

(Sugiono, 2015 : 117) populasinya adalah pemilik UKM Alexa Snack, 2 orang karyawan, dan konsumen. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiono, 2015 : 118)

Pada penelitian ini menggunakan tehnik *sampling purposive*, yang berarti penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2015 : 124)

Responden yang terdapat penelitian ini adalah :

1. Christian Budiman, pemilik
2. Melia Setiana, asisten produksi
3. 1 orang karyawan bagian produksi
4. 10 orang Pelanggan (Konsumen)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan Jenisdata primer. Menurut Sugiono (2015 : 193), Jenis data primer merupakan data yang langsungdiperoleh dari pemilik perusahaan dan tidak melalui orang lain atau lewat dokumen.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari Pemilik UKM Alexa Snack, Asisten Produksi, 1 orang karyawan bagian produksi, dan 10 orang konsumen

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah :

1. Wawancara

Menurut Sugiono (2015:194) Wawancara sebuah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dilakukan dengan pemilik UKM Alexa Snack.

2. Kuesioner

Menurut Sugiono (2015 : 199) Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dengan cara menyiapkan sejumlah daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden yang bertujuan untuk memperoleh informasi lebih banyak mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini. Kuesioner akan diisi oleh pemilik, asisten produksi, 1 orang bagian produksi dan 10 orang pelanggan.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan metode deskriptif, yang kemudian membentuk sebuah penelitian bersifat kualitatif.

Analisis deskriptif kualitatif merupakan sebuah prosedur analisis penelitian yang lebih deskriptif berupa kata-kata tertulis atau gambar. (Sugiyono, 2015 : 22) dan dilakukan pada kondisi yang alamiah langsung ke sumber data.

(Sugiono, 2015 : 21)

Untuk konfirmasi kekuatan (*strength*) dari Alexa Snack, akan melibatkan penilaian dari konsumen. Peneliti akan memberi kuesioner yang berisi berupa pertanyaan seputar produk dan layanan dari Alexa Snack. Kuesioner diisi oleh pelanggan sebanyak 10 orang.

Untuk konfirmasi kelemahan (*weakness*) dari Alexa Snack, peneliti melibatkan penilaian dari pemilik, asisten produksi dan 1 orang bagian produksi.

Untuk konfirmasi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*threat*) akan dikonfirmasi dengan cara menyiapkan kuesioner yang diisi oleh pemilik, asisten produksi dan 1 orang karyawan bagian produksi.

Matriks IFE dan EFE juga akan diisi oleh pemilik, asisten produksi dan 1 orang karyawan bagian produksi.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Menilai variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UKM Alexa Snack dari hasil kuesioner. Kuesioner menggunakan rentang skala 1,00-3,00 dinyatakan tidak setuju sedangkan 3,01-5,00 dinyatakan setuju.

Rentang skala	Kategori
1,00-3,00	Tidak setuju
3,01-5,00	Setuju

2. Menentukan matriks EFE, untuk menganalisis faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman, pengisian oleh pihak internal UKM Alexa Snack dengan cara bobot diambil dari rata-rata pihak internal sedangkan peringkat diberikan berdasarkan nilai yang sering muncul dari pengisian kuesioner pihak internal.

Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor Bobot (Bobot x Peringkat)
Peluang : 1.... 2.... dan seterusnya Ancaman : 1..... 2.....			

dan seterusnya			
Total			

3. Menentukan matriks IFE, untuk menganalisis faktor internal yaitu Kekuatan dan Kelemahan. Pengisian oleh pihak internal UKM Alexa Snack dengan cara bobot diambil dari rata-rata pihak internal sedangkan peringkat diberikan berdasarkan nilai yang sering muncul dari pengisian kuesioner pihak internal.

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor Bobot (Bobot x Peringkat)
Kekuatan			
1....			
2....			
dan seterusnya			
Kelemahan			
1....			
2....			
dan seterusnya			
Total			

4. Menyusun Matriks IE , dengan data diperoleh dari hasil matriks EFE dan IFE untuk mengetahui posisi perusahaan.

5. Menyusun Matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*).

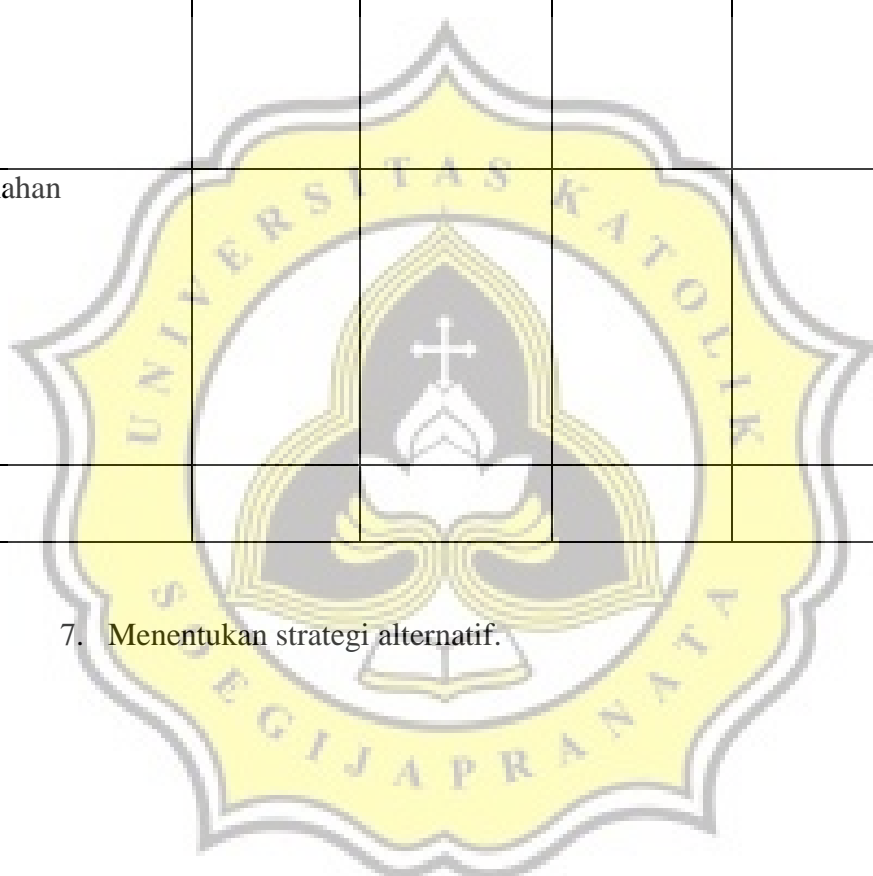
6. Menyusun Matriks QSPM

Tahapan yang harus dilakukan : (David, 2009 : 352-355)

- a. Buat daftar berbagai peluang/ ancaman eksternal dan kekuatan/ kelemahan internal utama di kolom kiri QSPM
- b. Berilah bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut
- c. Cermatilah matriks-matriks tahap 2 (pencocokan), dan mengidentifikasi berbagai startegi alternatif yang baru dipertimbangkan untuk diterapkan oleh organisasi
- d. Tentukan skor daya tarik (AS)
- e. Hitunglah skor daya tarik total (TAS)
- f. Hitunglah jumlah keseluruhan daya tarik total

Alternatif Strategi		Strategi 1		Strategi 2	
Faktor-Faktor Utama	Bobot	AS	TAS	AS	TAS
Peluang					
1...					
2...					

Ancaman					
1...					
2...					
Kekuatan					
1...					
2...					
Kelemahan					
1...					
2...					
Total					



7. Menentukan strategi alternatif.