

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan adalah Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih Semarang. Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih digunakan sebagai obyek penelitian ini adalah karena adanya masalah yang dihadapi oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih saat ini yaitu pertumbuhan jumlah konsumen tidak meningkat signifikan dan kurang dari 50% dibandingkan dengan pusatnya di Jalan Gajah Mada. Kondisi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki kondisi yang berbeda dibandingkan dengan di Jalan Gajah Mada, namun strategi yang digunakannya masih tetap sama yaitu belum melakukan promosi yang terlalu banyak, dan menunggu konsumen yang datang dengan sendirinya saja sehingga perlu adanya strategi bisnis yang diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan konsumen.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil: 1 orang pemilik, 12 orang karyawan, dan pelanggan dari Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih di Semarang.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 14 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan yaitu 1 orang karyawan head kitchen, 1

orang karyawan head bar dan 1 orang manajer. Head kitchen sudah bekerja selama kurang lebih 12 tahun dari Ayam Goreng Lembur Kuring Gajah Mada diambil sebagai sampel karena merupakan karyawan yang paling mengetahui mengenai proses memasak dan bertanggung jawab dalam hal masakan serta penyajian masakan. Head bar sudah bekerja selama kurang lebih 10 tahun dari Ayam Goreng Lembur Kuring Gajah Mada digunakan sebagai sampel karena bertanggung jawab dalam persiapan, pembuatan dan penyajian minuman. Manajer diambil sebagai sampel karena bertanggung jawab dalam day to day operation dari Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih di Semarang.

Tabel 3.1
Sampel Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Laksamana Yohannes	Pemilik
2	Udin	Head Kitchen
3	Yudha	Head Bar
4	Agustin	Manajer

Sedangkan dari pelanggan akan diambil 10 orang pelanggan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih yang telah melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yang digunakan oleh peneliti. Syarat yang digunakan adalah pelanggan yang sudah datang minimal 3 kali untuk makan di Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman bagi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Berdasarkan jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber orng pertama (Sugiyono, 2013). Sumber data primer diperoleh dari hasil kuesioner SWOT dan QSPM dengan 1 orang pemilik, 1 orang karyawan head kitchen, 1 orang karyawan head bar dan 1 orang manajer Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih, kuesioner konfirmasi SW kepada 10 orang pelanggan, wawancara kepada pemilik Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih dan observasi langsung ke Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian adalah dengan angket/kuesioner kepada pemilik, sebagian karyawan dan pelanggan..

3.5. Alat Analisis Data

Analisis data menggunakan SWOT dan QSPM. Langkah-langkah analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembuatan matriks IFE dan EFE.

Tabel 3.2
Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

No	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating	Komentar
Keuntungan					
1					
2					
3					
Risiko					
1					
2					
3					
4					
Total					

Sumber : David, 2016

Total skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE).

Tabel 3.3
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

No	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating	Komentar
Peluang					
1					
2					
3					
Ancaman					
1					
2					
3					
Total					

Sumber : David, 2016

Total skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE).

2. Perpotongan IFE dan EFE membentuk Matriks Internal – Eksternal (I-E):

Gambar 3.1
Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)
SKOR TOTAL IFE

		SKOR TOTAL IFE		
		Kuat 4,0	Sedang 3,0	Lemah 2,0
SKOR TOTAL EFE	Tinggi	I	II	III
	Menengah	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX

3. Membuat matriks SWOT:

Tabel 3.4
Matriks SWOT

Matriks IFE Matriks EFE	→ Strengths (S)	Weakness (W)
↓ Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T

Sumber : David, 2016

4. Membuat matriks QSPM.

Tabel 3.5
Matriks QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS
Peluang : - - -							
Ancaman : - - -							
Kekuatan : - - -							
Kelemahan : - - -							
Total							

Sumber : David, 2016

Berdasarkan matrik QSPM, diambil satu strategi pengembangan yang memiliki nilai WAS tertinggi dengan melakukan diskusi.