

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Pada Penelitian yang berjudul “Strategi Alternatif Peningkatkan Penjualan Usaha Bisnis Homemade Kitchen di Semarang dengan Analisis SWOT” menggunakan Pemilik Homemade Kitchen sebagai responden dalam penelitian ini. Sedangkan lokasi penelitian ini berada di kota Semarang.

3.2 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang sedang diamati. Sedangkan instrumen penelitian yang digunakan dalam suatu penelitian kualitatif yang utama adalah peneliti itu sendiri, dan pada penelitian ini dalam mengumpulkan data penelitiannya dilakukan dengan 2 cara yaitu wawancara / diskusi dengan para pemilik Homemade Kitchen dan membagikan kuesioner kepada beberapa konsumen yang sudah ditentukan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016) merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah peneliti tetapkan untuk dipelajari lalu peneliti dapat menarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 3 pemilik usaha Homemade Kitchen yang ada di Kota Semarang dan beberapa konsumen Homemade Kitchen.

3.3.2. Sample

Penelitian yang dilakukan oleh Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sample adalah karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian yang berjudul “Strategi Alternatif Peningkatan Penjualan Usaha Bisnis Homemade Kitchen di Semarang dengan Analisis SWOT”

adalah 3 pemilik usaha Homemade Kitchen dan kurang lebih 5 konsumen Homemade Kitchen yang loyal. Pemilik Homemade Kitchen yang terdiri dari 3 orang sudah bekerja sama dari awal terbentuknya Homemade Kitchen, sehingga 3 pemilik Homemade Kitchen tersebut digunakan sebagai sample karena mengetahui semua mengenai Homemade Kitchen.

Tabel 3.1 Sample Penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Rinaldi Probo Yuwono	Pemilik
2.	Ronaldo Probo Yuwono	Pemilik
3.	Keren Julia Sutanyo	Pemilik

Sedangkan para konsumen Homemade Kitchen yang akan diambil sebagai sample berjumlah 5 konsumen yang telah memasuki kriteria yang telah ditentukan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2016) merupakan penentuan sampel dengan menentukan pertimbangan tertentu. Berikut merupakan beberapa kriteria yang dimaksud dari peneliti adalah :

- a. Konsumen yang loyal terhadap Homemade Kithcen.
- b. Konsumen yang paling mengenal Homemade dibandingkan konsumen lainnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan kuesioner. Metode tersebut dfijelaskan sebagai berikut:

3.4.1 Wawancara

Metode wawancara ini ditujukan untuk responden pemilik Homemade Kitchen yaitu dengan berdiskusi secara langsung bersama responden pemilik Homemade Kitchen Semarang. Pertanyaan yang diberikan berhubungan dengan *variable* SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang

dihadapi oleh Homemade Kitchen di Kota Semarang. Wawancara dilakukan supaya permasalahan yang terjadi di Homemade Kitchen yang berkaitan dengan proses bisnis tersebut dapat diketahui seperti proses pemasaran, proses produksi, proses penjualan yang terjadi di Homemade Kitchen. Wawancara menurut Sugiyono (2016) merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab sehingga dapat menjadi sebuah pembahasan suatu topik tertentu. Tipe wawancara yang dilakukan adalah wawancara yang tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas, dimana peneliti dapat mengajukan pertanyaan wawancara secara bebas tanpa membutuhkan pedoman pertanyaan terstruktur yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan berupa pokok permasalahan yang akan dibahas kepada responden.

3.4.2 Kuesioner

Metode kuesioner ini ditujukan kepada responden konsumen Homemade Kitchen yaitu dengan memberikan kuesioner untuk responden dan responden akan menjawab kuesioner tersebut serta akan menjawab pertanyaan ataupun pernyataan-pernyataan tertulis yang ada didalam kuesioner. Pertanyaan yang diberikan meliputi kekuatan dan kelemahan Homemade Kitchen di Kota Semarang. Pada skala pengukuran data ini responden diwajibkan untuk mengisi setiap pertanyaan yang telah diberikan yang tertera pada kuesioner.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam memberikan bobot dan rating untuk setiap analisis SWOT yang telah dilakukan pemilik usaha melakukan diskusi bersama rekan-rekannya untuk menghasilkan penilaian yang sesuai. Dalam menganalisis data menggunakan analisis SWOT dan QSPM, dengan langkah-langkah berikut :

1. Sebelum membuat matrik IFE perlu adanya melakukan analisis terhadap BMC untuk mengetahui dan memperjelas model usaha bisnis Homemade Kitchen. Kemudian membuat matrik IFE yaitu dengan membuat daftar faktor-faktor internal utama yaitu faktor kekuatan dan kelemahan pada perusahaan yang kemudian pada masing-masing faktor akan diberi bobot dan nilai oleh

pemilik sehingga dapat dibandingkan faktor mana yang kuat dan lemah, kemudian mengkalikan bobot dengan nilai untuk menentukan bobot dari setiap variable dan dijumlah keseluruhannya sehingga akan mendapatkan skor bobot total pada matrik IFE yang dapat menjadi acuan dimana bisnis berada yang kemudian total skor matrik IFE akan dimasukkan kedalam matrik IE.

Dalam mengisi tabel matrik IFE dilakukan secara bersama para pemilik Homemade Kitchen yang terdiri dari 3 anggota yaitu Rinaldi, Ronaldo, dan Keren. Dalam menentukan bobot serta rating dilakukan terlebih dahulu diskusi bersama untuk mendapatkan bobot dan rating yang sesuai dengan keputusan bersama.

Tabel 3.2 Matrik IFE

Faktor-faktor IFE	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
1.			
2.			
Kelemahan			
1.			
2.			
Total	1.00		

2. Membuat matrik EFE yaitu dengan membuat daftar faktor-faktor eksternal utama yaitu faktor peluang dan ancaman pada perusahaan yang kemudian pada masing-masing faktor akan diberi bobot dan nilai oleh pemilik sehingga dapat dibandingkan faktor mana yang kuat dan lemah, kemudian mengkalikan bobot dengan nilai untuk menentukan bobot dari setiap variable dan dijumlah keseluruhannya sehingga akan mendapatkan skor bobot total pada matrik EFE yang dapat menjadi acuan dimana bisnis berada yang kemudian total skor matrik EFE akan dimasukkan kedalam matrik IE.

Dalam melakukan pengisian tabel matrik EFE dilakukan secara bersama para pemilik Homemade Kitchen yang terdiri dari 3 anggota yaitu Rinaldi, Ronaldo, dan Keren. Dalam menentukan bobot serta rating dilakukan terlebih dahulu diskusi bersama untuk mendapatkan bobot dan rating yang sesuai dengan keputusan bersama.

Tabel 3.3 Matrik EFE

Faktor-faktor EFE	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1.			
2.			
Ancaman			
1.			
2.			
Total	1.00		

3. Dalam membuat matrik IE penting mencari tahu posisi Homemade Kitchen dari nilai matrik IFE dan EFE, sehingga dapat mengetahui letak sel Homemade Kitchen serta dapat mengerti strategi apa yang perlu dilakukan yang sangat penting untuk langkah kedepan pada usaha Homemade Kitchen.

Tabel 3.4 Matrik IE

Kuat (3,0-4,0) Rata-rata (2,0-2,99) Lemah (1,0-1,99)

Tinggi (3,0-4,0)	I	II	III
Sedang (2,0-2,99)	IV	V	VI
Rendah (1,0-1,99)	VII	VIII	IX

Sumber: Data Primer (2021)

4. Dalam membuat matrik SWOT hal utama yang diperlukan adalah mengisi matrik SWOT dengan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di matrik IFE dan EFE pada Homemade Kitchen. Kemudian membuat strategi SO, WO, ST, dan WT untuk Homemade Kitchen Semarang dari matrik SWOT yang telah diisi.

Tabel 3.5 Matrik SWOT

EFE / IFE	<i>Strenghts</i> (S)	<i>Weaknesses</i> (W)
	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.

	4.	4.
<i>Opportunities (O)</i> 1. 2. 3. 4.	Strategi SO 1. 2. 3. 4.	Strategi WO 1. 2. 3. 4.
<i>Threats (T)</i> 1. 2. 3. 4.	Strategi ST 1. 2. 3. 4.	Strategi WT 1. 2. 3. 4.

5. Dalam membuat matrik QSPM dengan menghitung *total attractive score* (TAS) dari SWOT pada Homemade Kitchen dengan strategi yang didapat dari matrik SWOT (*Attractiveness Score* – AS dapat dari pengamatan pemilik dari setiap faktor eksternal atau internal utama dengan memberi skor 1 = tidak memiliki daya Tarik sampai dengan skor 4 = daya tarik tinggi). Pada hasil perhitungan akan menunjukkan peringkat dari setiap strategi yang memiliki peringkat pertama adalah yang sangat baik untuk dapat dilakukan oleh usaha Homemade Kitchen dan strategi dengan peringkat terakhir adalah strategi yang kurang baik untuk dilakukan saat ini. Pada kesimpulan dari matrik QSPM merupakan penentuan alternative strategi yang menjadi prioritas untuk dapat dilakukan oleh Homemade Kitchen.

Tabel 3.6 Matrik QSPM

Alternatif strategi		Strategi 1		Strategi 2	
Faktor-Faktor Utama	Bobot	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan					
1.					
2.					
Kelemahan					
1.					
2.					
Peluang					
1.					
2.					
Ancaman					
1.					
2.					
Total					

