

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini objek yang dituju oleh peneliti adalah usaha “Nukusalad”. Nukusalad adalah usaha kuliner yang menjual produk berbahan dasar buah buahan seperti salad buah dan jus buah. Selain itu “Nukusalad” juga menyediakan salad buah dan jus buah dengan berbagai varian rasa seperti salad buah saus original, matcha, serta jus buah mangga, pisang, strawberry, dan jeruk. Bisnis Nukusalad ini dipimpin oleh Yose Bantolo dan beralamat di Jl Trangkil I no 135, Kel Ngesrep, Kec Banyumanik, Semarang.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan wilayah yang terdiri dari obyek atau subyek dengan karakter dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menentukan kesimpulan (Sangadji, Mamang dan Sopiah, 2010:185). Dalam penelitian pengembangan usaha ini populasi adalah pemilik usaha “Nukusalad”, konsumen, 2 karyawan dari “Nukusalad”.

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi, sehingga apa yang dipelajari dalam sampel maka kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. (Sangadji, Mamang dan Sopiah, 2010:186).

Responden dalam penelitian ini :

1. Yose Bantolo sebagai pemilik
2. Salsabila Lintang sebagai karyawan bagian produksi dan Gita sebagai karyawan bagian pemasaran yang sudah bekerja lebih dari 6 bulan, karena mereka sudah memahami kondisi internal dan eksternal dari usaha Nukusalad

3. Konsumen sebanyak 10 orang. Alasan dipilihnya 10 orang konsumen karena mereka telah melakukan pembelian produk “Nukusalad” minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir.

### **3.3. Teknik Sampling**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah Teknik *purposive sampling*, yang artinya teknik tersebut dapat memperoleh sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:156). Dalam penelitian ini kriteria *purposive sampling* dilihat dari sisi responden yaitu pemilik, karyawan produksi, dan karyawan pemasaran yang sudah bekerja selama lebih dari 6 bulan karena mereka yang paling mengerti dan paham tentang internal dan eksternal dari Nukusalad. Sedangkan responden lain yaitu (10 konsumen). Alasannya karena mereka sudah berlangganan di “Nukusalad” dengan melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir dan merasa puas dengan rasa dan kualitas dari produk “Nukusalad”.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah jenis dan sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Data yang didapat juga lebih akurat, namun membutuhkan tenaga, waktu dan biaya yang lebih besar dibandingkan menggunakan data sekunder (Sangadji, Mamang dan Sopiha, 2010:44). Data primer yang diperoleh berupa data dari hasil wawancara dan kuesioner dengan 1 orang pemilik dan 2 orang karyawan yaitu 1 orang karyawan bagian produksi dan 1 orang karyawan bagian pemasaran yang dimana 2 orang karyawan tersebut sudah berkerja di “Nukusalad” selama lebih dari 6 bulan karena mereka sudah memahami internal dan eksternal dari perusahaan. Serta hasil kuesioner kepada 10 orang konsumen, karena mereka telah melakukan pembelian produk Nukusalad minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir dan merasa puas atas rasa dan kualitas produk Nukusalad.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara :

#### **3.5.1. Wawancara.**

Ketika mengumpulkan data wawancara maka dapat dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara personal, melalui telepon atau melalui computer. Menurut (Sugiyono, 2018:224) wawancara merupakan Teknik pengumpulan data dimana pewawancara dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Menurut (Sugiyono, 2018:225) wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Pertanyaan dibuat sedemikian rupa, sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban kepada satu jawaban saja atau beberapa alternatif jawaban lainnya. Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dengan metode wawancara dilakukan pada responden yaitu pemilik, karyawan produksi dan karyawan pemasaran.

#### **3.5.2. Kuesioner.**

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis maupun angket pertanyaan kepada responden. Hal ini biasanya dilakukan apabila responden memiliki jumlah yang cukup banyak, sebagai contoh untuk konsumen, pelajar, pekerja dan sebagainya. Kuesioner akan diisi oleh pemilik yaitu Yose Bantolo, Salsabila sebagai karyawan produksi, Gita karyawan pemasaran dan konsumen Nukusalad.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif sehingga akan membentuk penelitian yang sifatnya kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif untuk menghitung bobot dan skor, sedangkan

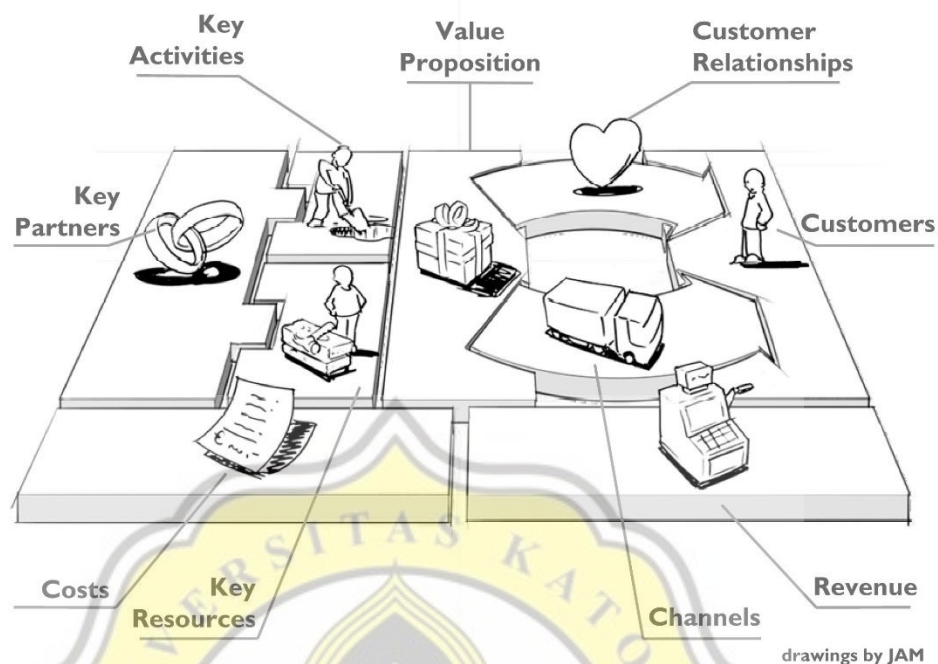
metode kualitatif untuk membuat analisis Business Model Canvas dan analisis SWOT.

Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya dikemukakan oleh J.W. Creswell dalam (Sangadji, Mamang dan Sopiah, 2010:24). Kemudian alat bantu yang digunakan dalam merumuskan pengembangan perusahaan adalah pertama melakukan penjabaran Business Model Canvas lalu melakukan analisis SWOT untuk mengetahui factor internal dan eksternal dari model bisnis Nukusalad. Langkah selanjutnya adalah analisis matriks IFE, matriks EFE, matriks IE dan matriks SWOT untuk menentukan Business Model Canvas baru pada perusahaan

Langkah – Langkah yang akan dilakukan guna menganalisis masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Mengumpulkan informasi dan data dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik usaha Nukusalad dan wawancara terhadap karyawan dan konsumen produk Nukusalad.
2. Selanjutnya, dari hasil wawancara yang didapat lalu melakukan penjabaran dari masing masing elemen business model canvas pada usaha Nukusalad.





**Gambar 3.6. Business Model Canvas**

3. Menentukan factor factor internal yang dimiliki oleh usaha “Nukusalad” yaitu Weakness (Kelemahan) dan Strengt (kekuatan) yang dimiliki.
4. Menentukan factor factor eksternal yang dimiliki oleh usaha “Nukusalad” yaitu Threat (ancaman) dan Opportunity (peluang) yang dimiliki.
5. Menentukan tanggapan responden dari factor-faktor yang mempengaruhi keadaan usaha Nukusalad. Hal tersebut dapat ditentukan berdasarkan kuesioner rental skala (RS), yaitu :  $RS = n ( m - 1 ) : m$   
 Jika hasilnya  $> 30$  maka setuju  
 Jadi jika hasil  $< 29$  maka tidak setuju
6. Kemudian setelah itu menentukan IFE dan EFE lalu tentukan setiap factor yang menjadi kelemahan dan kekuatan serta ancaman dan peluang pada usaha “Nukusalad”. Kemudian memberi bobot untuk setiap factor tersebut mulai dari 0,0 (tidak penting), sampai 1,0 (sangat penting). Total dari semua bobot harus sama yaitu 1,0.

7. Selanjutnya memberikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap factor untuk mengidentifikasi apakah factor tersebut sangat kuat (peringkat 4), kuat (peringkat 3), lemah (peringkat 2), dan sangat lemah (peringkat 1). Hal yang perlu diperhatikan adalah kekuatan dan peluang harus berada pada peringkat 3 dan 4 sedangkan ancaman dan kelemahan berada pada peringkat 1 dan 2.
8. Kemudian mengalikan bobot setiap factor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobotnya. Jumlah skor rata-rata setiap variable dengan tujuan untuk menentukan skor bobot total.

**Tabel 3.6.1. Matriks IFE**

Faktor internal	strategis	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Strength (Kekuatan)				
1.				
2.				
Weakness (Kelemahan)				
1.				
2.				
TOTAL		1,00		

**Tabel 3.6.2. Matriks EFE**

Faktor Eksternal	Strateis	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Opportunity (Peluang)				
1.				
2.				

Threats (Ancaman)			
1.			
2.			
TOTAL	1,00		

9. Membuat Matriks IE (Internal – Eksternal)

Posisi perusahaan dalam industry dapat dianalisis dengan alat bantu matriks IE. Matriks ini merupakan pemetaan jumlah skor total dari matriks IFE dan EFE yang sebelumnya dihasilkan pada tahap input. Dalam hal ini tujuannya adalah untuk mengetahui lebih jelas strategi bisnis yang akan diterapkan. Pada diagram matriks IE terdapat 9 sel namun pada dasarnya 9 sel tersebut dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, sebagai berikut :

1. Pada posisi sel I, II, dan IV merupakan strategi Grow and Build. Strategi yang tepat adalah strategi intensif atau strategi integrative.
2. Pada posisi sel III, V dan VII merupakan strategi Hold and maintain. Strategi yang tepat adalah market penetration dan product development.
3. Pada posisi sel VI, VIII dan IX merupakan strategi Harvest atau Divestiture.

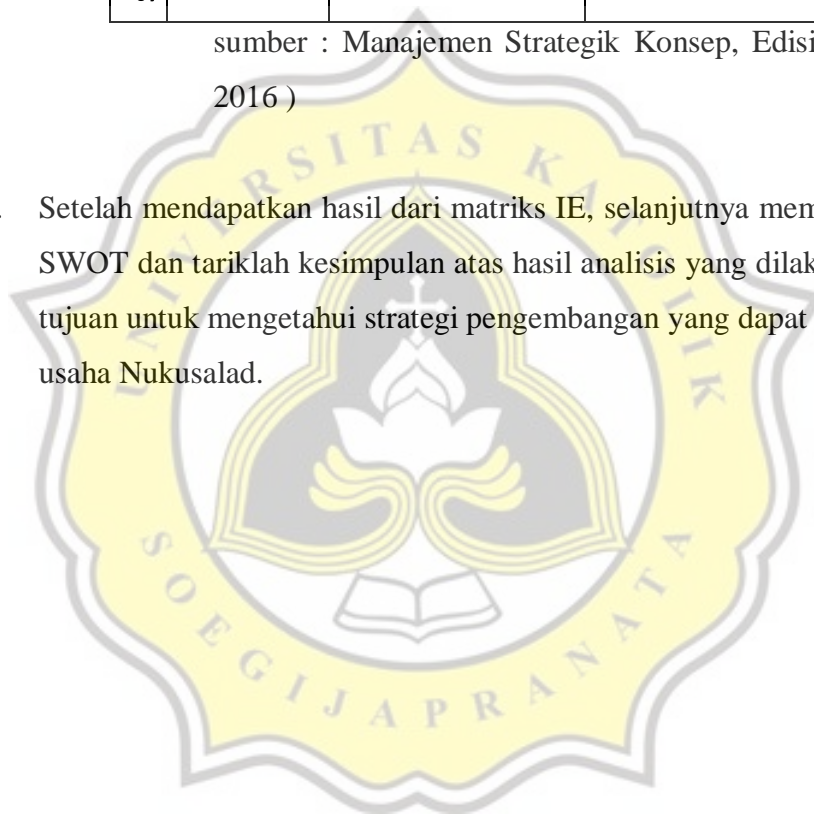
**Tabel 3.6.3. Matriks IE ( Internal – Eksternal )**

SKOR BOBOT TOTAL IFE			
4,0	3,0 Kuat 3,0 – 4,0	2,0 Sedang 2,0 – 2,99	1,0 Lemah 1,0 - 1,99
3,0 Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
2,0			

SKOR BOBOT TOTAL EFE	Sedang 2,0 -2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0 -1,99	VII	VIII	IX

sumber : Manajemen Strategik Konsep, Edisi 15 ( David, 2016 )

- Setelah mendapatkan hasil dari matriks IE, selanjutnya membuat matriks SWOT dan tariklah kesimpulan atas hasil analisis yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang dapat diterapkan di usaha Nukusalad.





**Tabel 3.6.4. Matriks SWOT**

MATRIKS SWOT	Strengths (S) Faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) faktor peluang eksternal	Strategi SO Membuat strategi yang dapat menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang yang ada	Strategi WO Membuat suatu strategi yang dapat meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) faktor ancaman eksternal	Strategi ST Membuat strategi yang dapat menggunakan kekuatan agar dapat mengatasi ancaman	Strategi WT Membuat strategi yang dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari sebuah ancaman

- Setelah mendapatkan kesimpulan atas analisis yang dilakukan pada matriks SWOT untuk pengembangan usaha “Nukusalad”. Langkah selanjutnya adalah menerapkan hasil dari matriks SWOT untuk menciptakan Model Bisnis Kanvas yang baru pada usaha Nukusalad.