

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah salah satu café yang berada di Kota Semarang. Café ini memiliki nama Café Take Time yang beralamat di Jalan Padma Boulevard B1/20, Kelurahan Tambakharjo, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang.

Café Take Time adalah café yang menyajikan minuman dan makanan pada menu nya, namun saat ini menu makanan yang disediakan oleh Café Take Time belum bervariasi dan pemilik masih ingin mengembangkan Café Take Time terutama dalam hal variasi menu.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, 1 orang manajer, 2 orang karyawan, dan pelanggan Café Take Time di Semarang.

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik dan 1 orang manajer. Sampel yang digunakan hanyalah pemilik dan manajer karena mereka yang paling mengerti dan memahami dalam proses perkembangan Café Take Time.

Sampel yang lainnya adalah 20 pelanggan Café Take Time dengan syarat pelanggan yang melakukan pembelian kembali yang nantinya akan diberikan kuesioner konfirmasi mengenai kekuatan dan kelemahan dari Café Take Time di Semarang. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive incidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang

secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Maka dari itu siapa saja pelanggan yang datang di Café Take Time dan bertemu dengan peneliti, akan secara otomatis mengisi kuesioner yang diberikan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan data yang didapatkan melalui narasumber atau tangan pertama secara langsung. Data primer penelitian ini didapat melalui pemilik bisnis dan manajer Café Take Time secara langsung. Sumber primer lainnya didapatkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 20 pelanggan Café Take Time.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik usaha dan manajer Café Take Time secara langsung. Selain pemilik dan manajer Café Take Time, peneliti juga melakukan konfirmasi wawancara dengan menggunakan teknik *purposive incidental sampling* ke 20 pelanggan untuk mengetahui pendapat pelanggan mengenai kekuatan dan kelemahan Café Take Time. Wawancara ini bertujuan agar peneliti mendapatkan informasi secara langsung mengenai kelebihan, kelemahan, ancaman, dan peluang usaha yang bersangkutan berdasarkan analisis SWOT.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan matriks IFE dan EFE yang kemudian akan dilanjutkan dengan analisis SWOT sebagai perumusan strategi untuk mendapatkan strategi alternatif untuk Café Take Time. Dengan menggunakan analisis SWOT maka peneliti dapat mengetahui kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Café Take Time. Berikut merupakan penjelasan lebih rinci mengenai analisis SWOT :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Dalam hal ini, peneliti akan menggali segala informasi mengenai kekuatan atau kelebihan yang dimiliki oleh Café Take Time dengan cara mewawancarai pemilik secara langsung.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Peneliti akan melakukan wawancara kepada pemilik Café Take Time mengenai kelemahan dari café tersebut. Hal ini dilakukan, agar peneliti dapat menemukan solusi yang tepat untuk bisa memperbaiki kelemahan yang dimiliki oleh Café Take Time.

3. Peluang (*Opportunities*)

Faktor peluang menunjukkan segala kesempatan yang dimiliki oleh Café Take Time. Peluang yang dimiliki Café Take Time ini akan menguntungkan pihak café di dalam mengembangkannya.

4. Ancaman (*Threats*)

Faktor ini menunjukkan segala gangguan yang akan menghambat Café Take Time dalam berkembang. Bahkan gangguan tersebut akan bisa membuat Café Take Time gulung tikar, maka dari itu gangguan yang ada harus segera ditemukan solusinya melalui analisis ini.

Berikut adalah Langkah-langkah dalam melakukan analisa pembuatan strategi alternatif :

1. Menentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), menentukan bobot, rating, dan skor setiap faktor dengan matriks IFE yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik dan manajer Café Take Time. Pemilik dan manajer Café Take Time akan melakukan pemberian skor ke dalam tabel IFE, sedangkan untuk 20 pelanggan Café Take Time akan diberi kuesioner yang bertujuan untuk mengkonfirmasi kelebihan dan kekurangan dari Café Take Time. Total skor yang telah didapatkan nantinya akan dimasukkan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE).

Tabel 3.1
Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

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

Sumber : David, 2016

2. Menentukan faktor eksternal (peluang dan ancaman), menentukan bobot, rating, dan skor dari setiap faktor menggunakan matriks EFE yang didapatkan melalui wawancara kepada pemilik dan manajer Café Take Time. Pemilik dan manajer Café Take Time akan melakukan pemberian skor ke dalam tabel EFE, setelah itu total skor yang didapatkan akan dimasukkan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE).

Tabel 3.2
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

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

Sumber : David, 2016

3. Membuat Matriks IE dan memasukkan jumlah total skor matriks IFE dan EFE yang kemudian diidentifikasi ke dalam sembilan sel strategi perusahaan ke dalam matriks IE di bawah ini. Total skor IFE ditentukan berdasarkan sumbu x dan total skor EFE ditentukan berdasarkan sumbu y.

Tabel 3.3
Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)
SKOR TOTAL IFE

		Kuat	Sedang	Lemah
		4,0	3,0	2,0
SKOR TOTAL EFE	Tinggi	I	II	III
	Menengah	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX
		3,0	2,0	1,0

4. Membuat matriks SWOT berdasarkan faktor kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman yang telah ditentukan sebelumnya. Mengkombinasikan antara satu faktor dengan faktor yang lain untuk mendapatkan strategi alternatif SO, WO, ST, dan WT untuk Café Take Time. Strategi Alternatif adalah strategi yang diturunkan dari faktor kesempatan dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal.

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

